ĐẠI HỌC HUẾ
TRƯỜNG ĐẠI HỌC NÔNG LÂM

TS. Nguyễn Văn Chung, TS. Hoàng Dũng Hà
(Đồng chủ biên)

# QUẢN TRỊ CHUỖI GIÁ TRỊ NUÔI TRỒNG THỦY SẢN VIỆT NAM

(Sách tham khảo)

NHÀ XUẤT BẢN ĐẠI HỌC HUẾ

**NHÀ XUẤT BẢN ĐẠI HỌC HUẾ**

07 Hà Nội, Thành phố Huế - Điện thoại: 0234.3834486

Website: http://huph.hueuni.edu.vn

**Chịu trách nhiệm xuất bản, nội dung**

**Giám đốc - Tổng biên tập:** Trần Bình Tuyên

**Thẩm định nội dung**

TS. Nguyễn Tấn Đạt

**Biên tập viên**

Ngô Văn Cường

**Biên tập kỹ thuật**

Tôn Nữ Quỳnh Chi

**Trình bày, minh họa**

Phan Lê Chung

**Đối tác liên kết xuất bản**

Nguyễn Văn Chung, Trường Đại học Nông Lâm, Đại học Huế,
102 Phùng Hưng, thành phố Huế

# QUẢN TRỊ CHUỖI GIÁ TRỊ NUÔI TRỒNG THỦY SẢN VIỆT NAM

**(Sách tham khảo)**

Số xác nhận đăng ký xuất bản: 768-2025/CXBIPH/10-15/ĐHH.

Quyết định xuất bản số: 255/QĐ-NXB, ngày 08/4/2025. In xong và nộp lưu chiểu năm 2025.

**ISBN: 978-604-489-720-1**

**ĐẠI HỌC HUẾ**
**TRƯỜNG ĐẠI HỌC NÔNG LÂM**
**TS. Nguyễn Văn Chung, TS. Hoàng Dũng Hà**
**(Đồng chủ biên)**

# QUẢN TRỊ CHUỖI GIÁ TRỊ NUÔI TRỒNG THỦY SẢN VIỆT NAM

**(Sách tham khảo)**

**NHÀ XUẤT BẢN ĐẠI HỌC HUẾ**
**Huế, 2025**

**Biên mục trên xuất bản phẩm của Thư viện Quốc gia Việt Nam**

Quản trị chuỗi giá trị nuôi trồng thuỷ sản Việt Nam : Sách tham khảo / Nguyễn Văn Chung, Hoàng Dũng Hà. - Huế : Đại học Huế, 2025. - 144 tr. ; 24 cm

ĐTTS ghi: Đại học Huế. Trường Đại học Nông Lâm. - Thư mục: tr. 140-144

ISBN 978-604-489-730-1

1. Nuôi trồng thuỷ sản 2. Quản trị 3. Chuỗi giá trị 4. Sách tham khảo

639.8 - dc23

DUM0979p-CIP

**Mã số sách: TK/265-2025**

# LỜI NÓI ĐẦU

Ngành nuôi trồng thủy sản Việt Nam trong những thập kỷ qua đã có những bước phát triển mạnh mẽ, trở thành một trong những ngành kinh tế mũi nhọn, đóng góp đáng kể vào GDP, tạo việc làm cho hàng triệu lao động và giữ vững vị thế là một trong những quốc gia xuất khẩu thủy sản hàng đầu thế giới. Với lợi thế về điều kiện tự nhiên thuận lợi, bờ biển dài, hệ thống sông ngòi phong phú, Việt Nam có tiềm năng lớn trong nuôi trồng thủy sản, đặc biệt là các sản phẩm chủ lực như tôm sú, tôm thẻ chân trắng, cá tra và cá basa. Tuy nhiên, trong bối cảnh hội nhập kinh tế quốc tế ngày càng sâu rộng, chuỗi giá trị thủy sản của Việt Nam đang đối mặt với nhiều thách thức phức tạp. Những thay đổi trong chính sách thương mại toàn cầu, sự gia tăng về yêu cầu chất lượng, truy xuất nguồn gốc, tiêu chuẩn an toàn thực phẩm và bảo vệ môi trường đòi hỏi Việt Nam phải cải thiện và tối ưu hóa quản trị chuỗi giá trị thủy sản để nâng cao năng lực cạnh tranh. Bên cạnh đó, sự tham gia của các doanh nghiệp tư nhân, các mô hình hợp tác liên kết giữa nhà sản xuất, nhà thu gom, nhà chế biến và nhà phân phối đang làm thay đổi cách thức vận hành của toàn ngành. Vì vậy, việc hiểu rõ và áp dụng các chiến lược quản trị chuỗi giá trị hiệu quả, linh hoạt và bền vững là điều kiện tiên quyết cho sự phát triển của ngành thủy sản Việt Nam trong tương lai. Cuốn sách tham khảo ***Quản Trị Chuỗi Giá Trị Nuôi Trồng Thủy Sản Việt Nam*** được biên soạn với mục tiêu cung cấp một cái nhìn toàn diện và chuyên sâu về thực trạng nuôi trồng thủy sản Việt Nam, cơ sở lý thuyết về chuỗi giá trị và quản trị chuỗi giá trị, cũng như phân tích chuỗi giá trị thủy sản, từ khâu sản xuất ban đầu đến chế biến, phân phối và tiêu thụ, đồng thời cung cấp minh chứng thực tiễn về quản trị chuỗi giá trị trong một trường hợp cụ thể để thấy rõ bản chất của quản trị chuỗi giá trị. Nội dung cuốn sách sẽ tập trung vào cấu trúc của chuỗi cung ứng thủy sản, vai trò của các tác nhân tham gia, những mô hình quản trị chuỗi. Với cách tiếp cận khoa học, thực tiễn và cập nhật xu hướng mới nhất, cuốn

sách này là tài liệu tham khảo hữu ích cho các doanh nghiệp, các nhà nghiên cứu, nhà hoạch định chính sách, cũng như những người trực tiếp tham gia vào quá trình sản xuất và kinh doanh thủy sản. Trong quá trình biên soạn, TS. Nguyễn Văn Chung và TS. Hoàng Dũng Hà đã có những đóng góp quan trọng trong việc xây dựng nội dung và phân tích chuyên sâu về các khía cạnh của chuỗi giá trị thủy sản. TS. Nguyễn Văn Chung tập trung vào nghiên cứu thực trạng, các thách thức và cơ hội trong quản trị chuỗi giá trị thủy sản Việt Nam, đặc biệt là chuỗi giá trị tôm thẻ chân trắng và nuôi xen ghép. Trong khi đó, TS. Hoàng Dũng Hà có vai trò quan trọng trong việc xây dựng các khung lý thuyết về chuỗi giá trị và quản trị chuỗi giá trị, cũng như đề xuất các giải pháp chiến lược giúp nâng cao hiệu quả hoạt động của ngành.

Mặc dù chúng tôi đã cố gắng trong quá trình biên soạn, tuy nhiên cuốn sách không tránh khỏi những thiếu sót. Chúng tôi rất mong nhận được sự đóng góp ý kiến quý báu của các đồng nghiệp và độc giả để cuốn sách được hoàn thiện hơn trong những lần tái bản sau.

**Các tác giả**

# MỤC LỤC


| | Trang |
|---|---|
| **CHƯƠNG 1. TỔNG QUAN VỀ NUÔI TRỒNG THỦY SẢN VIỆT NAM** | **1** |
| 1.1. Vai trò của ngành nuôi trồng thủy sản trong kinh tế Việt Nam | 1 |
| 1.2. Quá trình phát triển nuôi trồng thủy sản Việt Nam | 5 |
| 1.3. Các đặc điểm và loại hình nuôi trồng thủy sản tại Việt Nam | 7 |
| 1.3.1. Đặc điểm nuôi trồng thủy sản tại Việt Nam | 7 |
| 1.3.2. Các loại hình nuôi trồng thủy sản tại Việt Nam | 9 |
| 1.4. Tình hình sản xuất và tiêu thụ sản phẩm nuôi trồng thủy sản Việt Nam | 13 |
| 1.4.1. Tình hình nuôi trồng thủy sản tại Việt Nam | 13 |
| 1.4.2. Tình hình tiêu thụ sản phẩm nuôi trồng thủy sản tại Việt Nam | 22 |
| 1.5. Những cơ hội và thách thức trong phát triển nuôi trồng thủy sản | 27 |
| 1.5.1. Cơ hội phát triển ngành nuôi trồng thủy sản tại Việt Nam | 27 |
| 1.5.2. Những thách thức trong nuôi trồng thủy sản tại Việt Nam | 30 |
| **CHƯƠNG 2. LÝ THUYẾT CHUỖI GIÁ TRỊ VÀ QUẢN TRỊ CHUỖI GIÁ TRỊ** | **35** |
| 2.1. Khái niệm và đặc điểm chuỗi giá trị | 35 |
| 2.1.1. Khái niệm chuỗi giá trị | 35 |
| 2.1.2. Đặc điểm chuỗi giá trị | 36 |
| 2.2. Các tác nhân tham gia trong chuỗi giá trị | 40 |
| 2.3. Phân tích chuỗi giá trị | 44 |
| 2.3.1. Khái niệm và vai trò của phân tích chuỗi giá trị | 44 |

2.3.2. Các bước và nội dung phân tích chuỗi giá trị 46

2.3.3. Các cách tiếp cận phân tích chuỗi giá trị 50

2.4. Quản trị chuỗi giá trị 55

2.4.1. Khái niệm quản trị chuỗi giá trị 55

2.4.2. Tầm quan trọng của quản trị chuỗi giá trị 56

2.4.3. Các mô hình quản trị chuỗi giá trị 58

2.4.4. Sự cần thiết phải phân tích mô hình quản trị chuỗi giá trị 64

2.4.5. Vai trò của tác nhân trung gian trong các mô hình quản trị chuỗi giá trị 66

2.5. Phân tích chuỗi giá trị trong lĩnh vực sản xuất nông nghiệp 68

**CHƯƠNG 3. THỰC TRẠNG CHUỖI GIÁ TRỊ VÀ QUẢN TRỊ CHUỖI GIÁ TRỊ NUÔI TRỒNG THỦY SẢN TẠI VIỆT NAM** **75**

3.1. Tác nhân tham gia chuỗi giá trị nuôi trồng thủy sản 75

3.2. Đặc điểm và vai trò các tác nhân trung gian trong chuỗi giá trị nuôi trồng thủy sản 80

3.3. Mối quan hệ giữa các tác nhân trong chuỗi giá trị nuôi trồng thủy sản 83

3.4. Mối quan hệ giữa tác nhân trung gian và các tác nhân trong chuỗi 89

3.5. Những yếu tố cấu thành vị thế quản trị chuỗi của tác nhân trung gian 93

**CHƯƠNG 4. MINH CHỨNG THỰC TIỄN VỀ QUẢN TRỊ CHUỖI GIÁ TRỊ TRONG NUÔI TRỒNG THUỶ SẢN** **96**

4.1. Hoạt động nuôi trồng thủy sản tại thành phố Huế 96

4.1.1. Hoạt động nuôi xen ghép 96

4.1.2. Hoạt động nuôi tôm thẻ chân trắng 101

4.2. Chuỗi giá trị nuôi trồng thủy sản tại thành phố Huế 106

4.2.1. Chuỗi giá trị nuôi xen ghép 106

4.2.2. Chuỗi giá trị tôm thẻ chân trắng 116

4.3. Vai trò của tác nhân trung gian và sự chi phối chuỗi giá trị nuôi trồng thủy sản tại thành phố Huế 121

4.3.1. Vai trò của tác nhân trung gian và sự chi phối chuỗi giá trị nuôi xen ghép 121

4.3.2. Vai trò của tác nhân trung gian và sự chi phối chuỗi giá trị nuôi tôm thẻ chân trắng 131

**TÀI LIỆU THAM KHẢO** **140**

# CHƯƠNG 1
# TỔNG QUAN VỀ NUÔI TRỒNG THỦY SẢN VIỆT NAM

## 1.1. Vai trò của ngành nuôi trồng thủy sản trong kinh tế Việt Nam

Ngành thủy sản đóng một vai trò trọng yếu trong nền kinh tế - xã hội của Việt Nam, không chỉ góp phần cung cấp thực phẩm thiết yếu mà còn là một trong những động lực thúc đẩy sự phát triển kinh tế bền vững. Thủy sản không chỉ cung cấp nguồn dinh dưỡng chất lượng cao, giàu protein cho con người mà còn đóng vai trò quan trọng trong việc sản xuất thức ăn chăn nuôi và phân bón nông nghiệp, hỗ trợ sự phát triển của các ngành sản xuất liên quan. Đồng thời, với vị thế là một trong những ngành xuất khẩu chiến lược, thủy sản mang lại nguồn ngoại tệ lớn, đóng góp quan trọng vào ngân sách quốc gia. Các sản phẩm thủy sản Việt Nam, từ tôm, cá tra, cá ngừ đến các loại hải sản chế biến, đã trở thành thương hiệu toàn cầu, đáp ứng nhu cầu đa dạng của người tiêu dùng trên các thị trường lớn như châu Âu, Mỹ, Nhật Bản, Hàn Quốc và Trung Quốc (DoF, 2019). Ngoài khía cạnh kinh tế, ngành thủy sản còn tạo ra hàng triệu việc làm, đặc biệt là ở các vùng nông thôn ven biển, góp phần cải thiện đời sống, xóa đói giảm nghèo và thúc đẩy sự phát triển bền vững của cộng đồng địa phương.

Với lợi thế tự nhiên phong phú, Việt Nam sở hữu đường bờ biển dài 3.260 km, hơn 4.000 hòn đảo, 12 vịnh và đầm phá lớn cùng với hệ thống sông ngòi, hồ chứa trải dài khắp cả nước. Những điều kiện địa lý và sinh thái này tạo nền tảng lý tưởng để phát triển ngành nuôi trồng và khai thác thủy sản. Ban đầu, nuôi trồng thủy sản ở Việt Nam chỉ mang tính chất tự cung, tự cấp hoặc phục vụ nhu cầu trong nước với quy mô nhỏ lẻ. Tuy nhiên, qua nhiều thập kỷ, với sự hỗ trợ của chính phủ, sự đầu tư mạnh mẽ vào cơ sở hạ tầng và ứng dụng công nghệ hiện đại, ngành này đã chuyển mình mạnh mẽ, trở thành một lĩnh vực sản xuất hàng hóa chiến lược. Các hệ sinh thái nước ngọt, nước lợ và nước mặn đều được khai thác triệt để, tạo ra nhiều sản phẩm phong

phú, đáp ứng nhu cầu không chỉ trong nước mà còn phục vụ xuất khẩu (VASEP, 2018). Điển hình như việc áp dụng công nghệ nuôi cá tra ở Đồng bằng sông Cửu Long, nuôi tôm công nghiệp ở các tỉnh ven biển miền Trung và miền Nam, đã giúp Việt Nam trở thành một trong những quốc gia xuất khẩu thủy sản hàng đầu thế giới.

Quá trình phát triển ngành nuôi trồng thủy sản không chỉ tập trung vào việc mở rộng diện tích hay tăng sản lượng mà còn gắn liền với các nguyên tắc phát triển bền vững và bảo vệ môi trường. Trước những thách thức từ biến đổi khí hậu, ô nhiễm môi trường và sự cạn kiệt nguồn lợi thủy sản tự nhiên, ngành đã triển khai nhiều mô hình sản xuất thân thiện với môi trường như nuôi trồng thủy sản hữu cơ, nuôi ghép đa loài và sử dụng các công nghệ sinh học tiên tiến. Các mô hình này không chỉ giúp duy trì sự ổn định của hệ sinh thái mà còn tăng cường giá trị kinh tế cho các sản phẩm thủy sản. Bên cạnh đó, sự phối hợp giữa ngành thủy sản và các ngành khác như nông nghiệp, du lịch, công nghiệp chế biến cũng tạo ra chuỗi giá trị liên kết, gia tăng hiệu quả sử dụng tài nguyên và thúc đẩy sự phát triển toàn diện. Các chương trình quản lý và kiểm soát chất lượng sản phẩm theo tiêu chuẩn quốc tế, chẳng hạn như ASC, GlobalGAP hay MSC, cũng được triển khai mạnh mẽ, giúp ngành thủy sản Việt Nam đáp ứng các yêu cầu khắt khe từ các thị trường xuất khẩu lớn (DoF, 2019).

Những thành tựu đáng kể mà ngành thủy sản đạt được không chỉ thể hiện qua những con số ấn tượng về sản lượng hay giá trị xuất khẩu mà còn ở vai trò chiến lược của ngành trong việc khẳng định vị thế của Việt Nam trên bản đồ thủy sản toàn cầu. Hiện nay, Việt Nam là một trong những quốc gia xuất khẩu thủy sản lớn nhất thế giới, đứng đầu ở các mặt hàng chủ lực như tôm, cá tra, cá ngừ. Những sản phẩm này không chỉ đáp ứng nhu cầu tiêu dùng mà còn góp phần quảng bá hình ảnh đất nước, văn hóa và con người Việt Nam. Trong tương lai, với chiến lược phát triển bền vững, đổi mới công nghệ và mở rộng thị trường, ngành nuôi trồng thủy sản sẽ tiếp tục giữ vững vai trò là một

trụ cột quan trọng trong nền kinh tế quốc gia, đồng thời góp phần thực hiện các mục tiêu phát triển bền vững của Việt Nam.

Nuôi trồng thủy sản đang ngày càng khẳng định vị thế là một trong những ngành sản xuất hàng hóa chủ lực, đóng vai trò quan trọng trong chuyển đổi cơ cấu kinh tế nông nghiệp của Việt Nam. Với xu hướng hình thành các vùng sản xuất tập trung, ngành này đã phát triển mạnh mẽ, đặc biệt ở các khu vực ven biển, Đồng bằng sông Cửu Long và Đồng bằng sông Hồng, nơi có điều kiện tự nhiên thuận lợi. Các loài thủy sản có giá trị kinh tế cao như cá tra, tôm, cá ngừ và động vật thân mềm (nghêu, sò, mực) không chỉ là nguồn thu nhập chính của nhiều hộ gia đình mà còn là các mặt hàng xuất khẩu chiến lược, tạo nguồn ngoại tệ lớn cho quốc gia. Việc chú trọng phát triển nuôi trồng các loài thủy sản này đã thu hút nhiều nguồn vốn đầu tư từ các doanh nghiệp, tổ chức quốc tế và cả người dân, góp phần thúc đẩy sự phát triển toàn diện của ngành (Van Duijn và cs, 2012; FAO, 2019).

Song song với việc tận dụng tiềm năng tự nhiên, ngành nuôi trồng thủy sản đã khuyến khích sự tham gia của nhiều thành phần kinh tế, từ các hộ nông dân nhỏ lẻ đến các doanh nghiệp lớn, thông qua việc cung cấp các chính sách hỗ trợ, kỹ thuật sản xuất và nguồn vốn đầu tư. Các chương trình đào tạo, chuyển giao công nghệ và nâng cao năng lực quản lý sản xuất đã giúp cải thiện năng suất và chất lượng sản phẩm, đồng thời giảm thiểu tác động tiêu cực đến môi trường. Đặc biệt, các mô hình sản xuất bền vững như nuôi trồng hữu cơ, nuôi ghép đa loài và sử dụng hệ thống tuần hoàn nước đã được triển khai rộng rãi, mang lại hiệu quả kinh tế cao và bảo vệ hệ sinh thái tự nhiên (DoF, 2019).

Nuôi trồng thủy sản không chỉ mang lại giá trị kinh tế to lớn mà còn đóng góp sâu rộng vào các khía cạnh xã hội, môi trường và phát triển bền vững. Trong bối cảnh kinh tế toàn cầu đang chuyển dịch theo hướng bền vững và bao trùm, ngành nuôi trồng thủy sản Việt Nam ngày càng khẳng định vai trò quan trọng của mình trong việc tạo sinh

kế, xóa đói giảm nghèo, đảm bảo an ninh lương thực và thúc đẩy hội nhập quốc tế. Ngành nuôi trồng thủy sản đóng góp đáng kể vào nền kinh tế quốc gia, chiếm tỷ trọng lớn trong tổng kim ngạch xuất khẩu nông sản của Việt Nam. Theo thống kê, đến năm 2015, ngành này đã tạo việc làm cho hơn 5 triệu lao động và là nguồn thu nhập chính của khoảng 8 triệu người. Đặc biệt, ở các vùng nông thôn, nơi cơ hội việc làm còn hạn chế và tỷ lệ nghèo đói vẫn ở mức cao, nuôi trồng thủy sản trở thành một trong những giải pháp quan trọng giúp người dân có nguồn sinh kế ổn định và cải thiện chất lượng cuộc sống.

Bên cạnh những mô hình nuôi trồng quy mô lớn phục vụ xuất khẩu, nhiều hộ gia đình đã phát triển các hình thức nuôi trồng nhỏ lẻ nhưng hiệu quả, chẳng hạn như nuôi cá nước ngọt tại các ao hồ, kênh rạch ở Đồng bằng sông Cửu Long, hay nuôi nghêu, sò ở các bãi bồi ven biển miền Trung. Những mô hình này không chỉ tạo ra nguồn thu nhập ổn định mà còn góp phần bảo vệ môi trường và tận dụng tốt các nguồn tài nguyên thiên nhiên. Việc mở rộng nuôi trồng thủy sản theo hướng bền vững, kết hợp với các hoạt động như du lịch sinh thái và chế biến thực phẩm, cũng mang lại nhiều giá trị gia tăng cho các cộng đồng ven biển và nông thôn (Thi Thanh Vinh, 2006; Duc, 2009).

Ngoài ra, nuôi trồng thủy sản còn đóng vai trò quan trọng trong việc cung cấp các sản phẩm đáp ứng nhu cầu ngày càng cao về dinh dưỡng của người dân. Với đặc điểm giàu protein, chất béo không bão hòa và các vi chất cần thiết, thủy sản là nguồn dinh dưỡng không thể thiếu trong khẩu phần ăn của người Việt Nam. Việc gia tăng tiêu thụ nội địa cùng với sự mở rộng thị trường xuất khẩu đã tạo động lực mạnh mẽ cho sự phát triển của ngành. Không chỉ đáp ứng các yêu cầu khắt khe về chất lượng từ các thị trường khó tính như EU, Mỹ, Nhật Bản, các sản phẩm thủy sản Việt Nam còn khẳng định uy tín và thương hiệu trên thị trường quốc tế.

Trong tương lai, ngành nuôi trồng thủy sản Việt Nam tiếp tục đóng vai trò là một trụ cột kinh tế quan trọng, góp phần thúc đẩy sự

phát triển bền vững. Để đạt được mục tiêu này, ngành cần tiếp tục đầu tư vào khoa học và công nghệ, xây dựng chuỗi giá trị liên kết chặt chẽ từ sản xuất đến tiêu thụ, đồng thời phát huy tối đa tiềm năng từ các nguồn lực tự nhiên và con người. Với những nỗ lực này, nuôi trồng thủy sản sẽ không chỉ góp phần vào sự thịnh vượng kinh tế mà còn đóng góp quan trọng vào việc xây dựng một nền nông nghiệp xanh và phát triển toàn diện.

### 1.2. Quá trình phát triển nuôi trồng thủy sản Việt Nam

Sự phát triển của ngành thủy sản không chỉ mang lại lợi ích kinh tế mà còn có ý nghĩa xã hội sâu sắc. Với vai trò là nguồn sinh kế chính cho hàng triệu hộ gia đình, ngành này đã góp phần cải thiện đời sống của các nhà sản xuất nhỏ và thúc đẩy tăng trưởng kinh tế nông thôn. Marschke và Betcherman (2016) nhận định rằng sản lượng nuôi trồng thủy sản hiện nay cao hơn so với sản lượng khai thác tự nhiên, phản ánh sự chuyển đổi bền vững trong phương thức sản xuất và sự ưu việt của các nhà sản xuất nhỏ trong việc đáp ứng nhu cầu thị trường. Bên cạnh đó, việc mở rộng thị trường xuất khẩu đã mang lại nguồn ngoại tệ lớn cho quốc gia, đồng thời góp phần vào việc tăng cường quan hệ thương mại quốc tế. Các chính sách hỗ trợ từ chính phủ, kết hợp với sự đổi mới công nghệ và sự tham gia tích cực của doanh nghiệp, đã tạo ra động lực mạnh mẽ để ngành thủy sản tiếp tục phát triển.

Từ một ngành sản xuất nông nghiệp truyền thống, thủy sản Việt Nam đã chuyển mình mạnh mẽ để trở thành một trong những lĩnh vực kinh tế quan trọng, góp phần nâng cao vị thế quốc gia trên trường quốc tế. Với những chiến lược phát triển rõ ràng và tiềm năng lớn từ các nguồn lực tự nhiên và con người, ngành thủy sản không chỉ đóng vai trò cải thiện sinh kế cho các bên liên quan mà còn thúc đẩy các yếu tố kinh tế xã hội của đất nước. Trong tương lai, sự kết hợp giữa các chính sách phát triển bền vững và việc tận dụng hiệu quả các cơ hội quốc tế hứa hẹn sẽ đưa ngành thủy sản Việt Nam tiến xa hơn nữa.

Trong những thập kỷ qua, thị trường thủy sản Việt Nam đã trải qua những thay đổi sâu sắc, phản ánh quá trình chuyển mình từ một ngành sản xuất dựa trên phương pháp truyền thống sang một ngành kinh tế hiện đại với sự tham gia sâu rộng vào chuỗi giá trị toàn cầu. Quá trình này có thể được chia thành hai giai đoạn chính, mỗi giai đoạn mang những đặc điểm và chiến lược phát triển khác nhau, góp phần định hình vị thế của Việt Nam trong ngành thủy sản quốc tế.

Giai đoạn đầu (1995 – 2002) được đặc trưng bởi cách tiếp cận tập trung vào định hướng sản xuất, trong đó nông dân và các nhà sản xuất nhỏ đóng vai trò trung tâm. Các chính sách phát triển thời kỳ này chủ yếu tập trung vào việc cung cấp công nghệ, cải thiện quy trình sản xuất và tối ưu hóa đầu vào để tăng năng suất. Các công nghệ nuôi trồng tiên tiến như nuôi thâm canh tôm, cá và sử dụng giống chất lượng cao đã được giới thiệu rộng rãi, giúp nông dân nâng cao sản lượng và giảm chi phí sản xuất. Sự gia tăng sản lượng này đã góp phần làm giảm giá thành sản phẩm, từ đó thu hút người tiêu dùng trong và ngoài nước. Đồng thời, chính phủ và các tổ chức phát triển đã hỗ trợ nông dân tiếp cận các nguồn tài chính và đào tạo kỹ thuật, khuyến khích họ tham gia vào sản xuất quy mô lớn hơn. Kết quả là, ngành thủy sản Việt Nam trong giai đoạn này tập trung chủ yếu vào việc đáp ứng nhu cầu cơ bản của thị trường nội địa và cạnh tranh về giá ở thị trường quốc tế.

Giai đoạn sau năm 2002, thị trường thủy sản Việt Nam chuyển sang một giai đoạn phát triển mới, tập trung vào định hướng thị trường. Thay vì chỉ chú trọng vào tăng sản lượng, ngành bắt đầu nhấn mạnh đến việc đáp ứng nhu cầu của người tiêu dùng và thị trường xuất khẩu. Trong bối cảnh cạnh tranh toàn cầu gia tăng, các sản phẩm thủy sản Việt Nam phải đáp ứng được những tiêu chuẩn ngày càng khắt khe về chất lượng, an toàn thực phẩm và truy xuất nguồn gốc. Liên kết thương mại giữa nông dân và các nhà chế biến, xuất khẩu được thúc đẩy mạnh mẽ trong giai đoạn này. Các hợp tác xã, doanh nghiệp và nhà sản xuất nhỏ đã được khuyến khích tham gia vào chuỗi giá trị, từ

sản xuất, chế biến đến phân phối. Điều này không chỉ giúp nâng cao giá trị gia tăng của sản phẩm mà còn đảm bảo đầu ra ổn định cho nông dân. Ngoài ra, việc Việt Nam trở thành thành viên của Tổ chức Thương mại Thế giới (WTO) vào năm 2007 đã tạo điều kiện thuận lợi để mở rộng thị trường xuất khẩu. Các công ty chế biến thủy sản Việt Nam đã tận dụng cơ hội này để thâm nhập vào các thị trường khó tính như Hoa Kỳ, EU và Nhật Bản, đồng thời mở rộng thị trường sang các nước châu Á, Trung Đông và Nam Mỹ. Những sản phẩm như cá tra, tôm và cá ngừ nhanh chóng trở thành các mặt hàng chiến lược, giúp Việt Nam củng cố vị thế là một trong những quốc gia xuất khẩu thủy sản hàng đầu thế giới (Cuyvers và Văn Bình, 2008).

## 1.3. Các đặc điểm và loại hình nuôi trồng thủy sản tại Việt Nam

### *1.3.1. Đặc điểm nuôi trồng thủy sản tại Việt Nam*

Nuôi trồng thủy sản Việt Nam đã chứng kiến sự tăng trưởng mạnh mẽ trong những thập kỷ qua, trở thành một trong những trụ cột quan trọng của nền kinh tế. Việt Nam là một trong những quốc gia hàng đầu thế giới về xuất khẩu thủy sản, với các sản phẩm như tôm, cá tra và nhuyễn thể chiếm tỷ trọng lớn trong kim ngạch xuất khẩu. Điều này không chỉ mang lại nguồn ngoại tệ quan trọng mà còn tạo ra hàng triệu việc làm cho người lao động. Đặc biệt, với hệ thống sông ngòi, ao hồ và bờ biển dài, Việt Nam có lợi thế tự nhiên vượt trội để phát triển nuôi trồng thủy sản. Tuy nhiên, ngành không chỉ dừng lại ở việc khai thác các điều kiện tự nhiên, mà còn tích cực ứng dụng công nghệ hiện đại và các phương pháp quản lý tiên tiến để gia tăng hiệu quả sản xuất, đáp ứng nhu cầu ngày càng cao của thị trường quốc tế.

Ngành nuôi trồng thủy sản Việt Nam thể hiện sự linh hoạt đáng kể nhờ khả năng triển khai trong cả ba loại môi trường: nước ngọt, nước lợ và nước mặn. Điều này phù hợp với điều kiện địa lý và tự nhiên của các vùng miền trên cả nước. Ví dụ, Đồng bằng sông Cửu Long là vùng trọng điểm cho nuôi cá tra và tôm nước lợ, trong khi miền Trung nổi bật với các mô hình nuôi nhuyễn thể như hàu, sò điệp

ở các vùng biển lợ và mặn. Mỗi môi trường nuôi lại tạo ra các sản phẩm đặc trưng, không chỉ đáp ứng nhu cầu tiêu dùng nội địa mà còn xuất khẩu sang các thị trường lớn như Mỹ, EU và Nhật Bản. Sự đa dạng trong sản phẩm giúp ngành thủy sản Việt Nam không bị phụ thuộc vào một loại hình sản phẩm cụ thể, giảm rủi ro và tăng cơ hội cạnh tranh trên thị trường quốc tế.

Việc ứng dụng công nghệ hiện đại đã góp phần nâng cao năng suất và chất lượng của ngành nuôi trồng thủy sản Việt Nam. Các hệ thống tuần hoàn nước (RAS), công nghệ sinh học và các phương pháp giám sát tự động ngày càng được áp dụng rộng rãi, giúp giảm thiểu rủi ro do dịch bệnh, ô nhiễm môi trường và biến đổi khí hậu. Đồng thời, những công nghệ này còn giúp tối ưu hóa chi phí sản xuất, từ đó gia tăng lợi nhuận cho người nuôi. Ví dụ, trong nuôi tôm thẻ chân trắng (TTCT), việc áp dụng mô hình ao nổi kết hợp hệ thống sục khí và kiểm soát nhiệt độ đã giúp nâng cao tỷ lệ sống và trọng lượng thu hoạch, đồng thời giảm lượng thức ăn và thuốc kháng sinh sử dụng. Mặc dù việc áp dụng công nghệ hiện đại còn gặp khó khăn đối với các hộ nuôi nhỏ lẻ do chi phí đầu tư ban đầu cao, nhưng đây là xu hướng tất yếu để ngành tiếp tục phát triển bền vững trong tương lai.

Không chỉ mang lại lợi ích kinh tế to lớn, ngành nuôi trồng thủy sản còn đóng vai trò quan trọng trong việc cải thiện đời sống xã hội. Đây là nguồn cung cấp thực phẩm thiết yếu, đáp ứng nhu cầu ngày càng tăng về các sản phẩm giàu dinh dưỡng, đặc biệt là trong bối cảnh nguồn lợi thủy sản tự nhiên đang giảm sút nghiêm trọng. Đồng thời, ngành tạo ra hàng triệu việc làm, đặc biệt tại các khu vực nông thôn và ven biển, nơi người dân thường không có nhiều lựa chọn nghề nghiệp. Hoạt động nuôi trồng còn kéo theo sự phát triển của các ngành kinh tế phụ trợ như sản xuất thức ăn chăn nuôi, vận chuyển, chế biến và xuất khẩu. Những đóng góp này không chỉ cải thiện đời sống người dân mà còn giúp các khu vực kém phát triển chuyển đổi cơ cấu kinh tế từ nông nghiệp truyền thống sang các ngành sản xuất hiện đại và hiệu quả hơn.

Dù đạt được nhiều thành tựu, ngành nuôi trồng thủy sản Việt Nam vẫn đối mặt với không ít thách thức. Sự ô nhiễm môi trường, sự lạm dụng tài nguyên nước và nguy cơ từ biến đổi khí hậu là những vấn đề cấp bách cần giải quyết. Việc đáp ứng các yêu cầu nghiêm ngặt về chất lượng sản phẩm, truy xuất nguồn gốc và tiêu chuẩn an toàn thực phẩm từ các thị trường quốc tế cũng đặt ra áp lực lớn. Để vượt qua những thách thức này, cần đầu tư mạnh mẽ vào nghiên cứu khoa học, phát triển các phương pháp nuôi bền vững và xây dựng chuỗi giá trị hiệu quả. Đồng thời, việc nâng cao nhận thức của người nuôi về bảo vệ môi trường và trách nhiệm xã hội cũng là yếu tố quan trọng để đảm bảo sự phát triển lâu dài.

Ngành nuôi trồng thủy sản Việt Nam sở hữu nhiều lợi thế và tiềm năng để tiếp tục phát triển mạnh mẽ, không chỉ về mặt kinh tế mà còn cả xã hội. Tuy nhiên, để duy trì sự tăng trưởng và đáp ứng các yêu cầu của thị trường toàn cầu, ngành cần hướng tới sự đổi mới sáng tạo, áp dụng các phương pháp sản xuất bền vững và nâng cao năng lực cạnh tranh. Với sự phối hợp chặt chẽ giữa các bên liên quan, từ người nuôi, doanh nghiệp đến chính phủ, ngành nuôi trồng thủy sản Việt Nam hứa hẹn sẽ tiếp tục đóng vai trò quan trọng trong nền kinh tế và đời sống xã hội của đất nước.

### *1.3.2. Các loại hình nuôi trồng thủy sản tại Việt Nam*

*Nuôi trồng thủy sản quy mô nhỏ*

Loại hình nuôi trồng này rất phổ biến tại các vùng nông thôn, đặc biệt ở các tỉnh miền núi hoặc khu vực có kinh tế khó khăn. Người dân thường tận dụng các nguồn tài nguyên có sẵn như ao hồ nhỏ, sông suối, hoặc các bể chứa nước đơn giản trong khuôn viên gia đình để nuôi các loài thủy sản như cá rô phi, cá trê, tôm càng xanh hoặc cua. Đây là loại hình dễ triển khai với chi phí đầu tư thấp, chủ yếu phục vụ nhu cầu tự cung, tự cấp hoặc bán trong khu vực địa phương. Lợi ích lớn nhất của loại hình này là sự linh hoạt và khả năng tận dụng nguồn lực địa phương. Tuy nhiên, nhược điểm chính là quy mô sản xuất nhỏ,

năng suất thấp và khó tiếp cận thị trường lớn. Do đó, mặc dù nuôi trồng quy mô nhỏ có thể cải thiện mức sống hộ gia đình, nó không đáp ứng được yêu cầu của các thị trường xuất khẩu có tiêu chuẩn cao.

*Nuôi trồng thủy sản nước lợ*

Nuôi trồng thủy sản nước lợ thường diễn ra tại các vùng ven biển, nơi có sự pha trộn giữa nước ngọt và nước mặn. Đây là môi trường lý tưởng cho nhiều loài thủy sản như tôm sú, TTCT, cá bống, cá mú và cua biển. Việt Nam có lợi thế tự nhiên lớn với nhiều khu vực nước lợ trải dài từ miền Bắc đến miền Nam, đặc biệt ở Đồng bằng sông Cửu Long và miền Trung. Điểm mạnh của loại hình này là năng suất cao, giá trị kinh tế lớn, đặc biệt trong sản xuất tôm xuất khẩu, một trong những mặt hàng chủ lực của ngành thủy sản Việt Nam. Tuy nhiên, sự phát triển nhanh chóng cũng kéo theo những thách thức, như suy giảm chất lượng môi trường nước, gia tăng dịch bệnh và tác động tiêu cực từ biến đổi khí hậu. Để khắc phục, cần đầu tư vào các công nghệ xử lý nước, cải tạo ao nuôi và quản lý dịch bệnh hiệu quả.

*Nuôi trồng thủy sản dựa trên nguồn giống tự nhiên*

Phương pháp này dựa vào việc khai thác giống tự nhiên từ các sông, hồ, hoặc biển để nuôi trồng đến kích thước thương phẩm. Đây là cách tiếp cận truyền thống, nhưng ngày càng gặp nhiều hạn chế do nguồn giống tự nhiên suy giảm bởi khai thác quá mức và tác động của biến đổi khí hậu. Lợi thế của phương pháp này là chi phí ban đầu thấp, ít đòi hỏi đầu tư cơ sở hạ tầng. Tuy nhiên, nó tiềm ẩn rủi ro cao về môi trường, chẳng hạn như làm cạn kiệt quần thể thủy sản tự nhiên hoặc gây mất cân bằng hệ sinh thái. Do đó, việc chuyển sang các nguồn giống nhân tạo với kỹ thuật nuôi hiện đại là xu hướng tất yếu để đảm bảo sự phát triển bền vững.

*Nuôi trồng thủy sản thương mại*

Nuôi trồng thủy sản thương mại hướng đến sản xuất hàng hóa quy mô lớn để phục vụ thị trường trong và ngoài nước. Người nuôi thường đầu tư mạnh vào cơ sở hạ tầng như hệ thống ao nuôi lớn, công

nghệ quản lý nước và các phương tiện chế biến, bảo quản. Điển hình như các trang trại nuôi cá tra ở Đồng bằng sông Cửu Long, nơi sản xuất hàng triệu tấn cá mỗi năm để xuất khẩu sang các thị trường lớn như Mỹ, EU và Trung Quốc. Đặc điểm nổi bật của loại hình này là tính chuyên nghiệp cao, khả năng tiếp cận thị trường quốc tế và đóng góp lớn vào GDP quốc gia. Tuy nhiên, để cạnh tranh trong môi trường toàn cầu, các nhà sản xuất cần đáp ứng các tiêu chuẩn khắt khe về chất lượng, an toàn thực phẩm và truy xuất nguồn gốc. Điều này đòi hỏi sự hợp tác chặt chẽ giữa các cơ quan quản lý, doanh nghiệp và nông dân.

*Nuôi trồng thủy sản quảng canh*

Phương pháp quảng canh tận dụng tối đa các nguồn lực tự nhiên như nước, thức ăn từ hệ sinh thái địa phương mà không cần đầu tư nhiều vào cơ sở hạ tầng hay kỹ thuật hiện đại. Đây là mô hình phổ biến ở các khu vực có diện tích lớn nhưng nguồn lực hạn chế, chẳng hạn như các vùng nước ngọt ở miền Bắc hoặc các hồ tự nhiên lớn. Ưu điểm của phương pháp này là chi phí thấp và khả năng tương thích với điều kiện tự nhiên. Tuy nhiên, nhược điểm lớn là sản lượng không ổn định, khó kiểm soát chất lượng và dễ bị ảnh hưởng bởi thời tiết hoặc dịch bệnh. Để cải thiện hiệu quả, cần kết hợp với các biện pháp cải tạo môi trường và quản lý dịch bệnh tốt hơn.

*Nuôi trồng thủy sản thâm canh cao sản*

Đây là loại hình sử dụng công nghệ cao và quản lý hiện đại để đạt năng suất tối ưu. Các hệ thống tuần hoàn nước (RAS), máy sục khí tự động và cảm biến giám sát chất lượng nước giúp kiểm soát chặt chẽ môi trường nuôi. Việt Nam đang áp dụng mô hình này trong nuôi tôm công nghiệp, đặc biệt ở các tỉnh như Bạc Liêu và Sóc Trăng. Dù chi phí đầu tư ban đầu cao, nhưng loại hình này mang lại lợi ích kinh tế lớn nhờ năng suất cao và khả năng đáp ứng các tiêu chuẩn xuất khẩu quốc tế. Bên cạnh đó, nó còn giúp giảm thiểu tác động tiêu cực đến môi trường, hướng đến sự phát triển bền vững.

*Nuôi trồng thủy sản tích hợp*

Nuôi trồng thủy sản tích hợp là một mô hình sản xuất kết hợp thủy sản với các hoạt động nông nghiệp hoặc công nghiệp khác, nhằm tối ưu hóa việc sử dụng tài nguyên và tăng cường hiệu quả kinh tế. Điển hình trong mô hình này là sự kết hợp giữa nuôi cá và trồng lúa, nơi nước từ ruộng lúa được tận dụng để nuôi cá. Cá trong ruộng không chỉ tạo thêm thu nhập mà còn giúp cải thiện môi trường đất bằng cách ăn cỏ dại, tảo và sâu bọ, đồng thời thải phân giúp bón ruộng tự nhiên. Đây là một ví dụ minh họa cho cách nông nghiệp và thủy sản có thể tương hỗ lẫn nhau, vừa tăng năng suất, vừa giảm chi phí đầu tư. Ngoài lúa - cá, các hình thức tích hợp khác bao gồm nuôi thủy sản kết hợp chăn nuôi gia súc, gia cầm, hoặc tận dụng nguồn nước thải đã qua xử lý từ các nhà máy hoặc trang trại. Một số mô hình khác còn ứng dụng công nghệ hiện đại như hệ thống aquaponics, nơi cá và rau củ được nuôi trồng trong cùng một hệ thống tuần hoàn nước. Phân cá cung cấp dưỡng chất cho cây trồng, trong khi cây xanh giúp lọc sạch nước, tạo ra một chu trình khép kín bền vững. Ưu điểm lớn của mô hình nuôi trồng tích hợp là giảm thiểu tác động đến môi trường, đặc biệt trong bối cảnh tài nguyên thiên nhiên ngày càng khan hiếm. Mô hình này cũng tăng tính đa dạng sinh học, nâng cao thu nhập cho nông dân và giúp họ giảm rủi ro khi một hoạt động sản xuất gặp thất bại. Tuy nhiên, để phát triển rộng rãi, cần có sự hỗ trợ từ phía các cơ quan chuyên môn trong việc cung cấp kiến thức, kỹ thuật và tài chính. Nông dân cần được đào tạo để hiểu rõ cách quản lý đồng bộ giữa các hệ thống sản xuất, từ đó đạt hiệu quả tối đa mà vẫn đảm bảo sự bền vững lâu dài.

*Nuôi trồng thủy sản nước mặn*

Nuôi trồng thủy sản nước mặn, hay còn gọi là nuôi biển, là một trong những hướng phát triển tiềm năng nhất của ngành thủy sản Việt Nam. Việt Nam có nhiều khu vực ven biển, đảo và vùng nước sâu phù hợp để triển khai các mô hình nuôi biển. Các đối tượng nuôi chính bao gồm cá biển (như cá bớp, cá giò, cá mú), nhuyễn thể (ngao, hàu, sò)

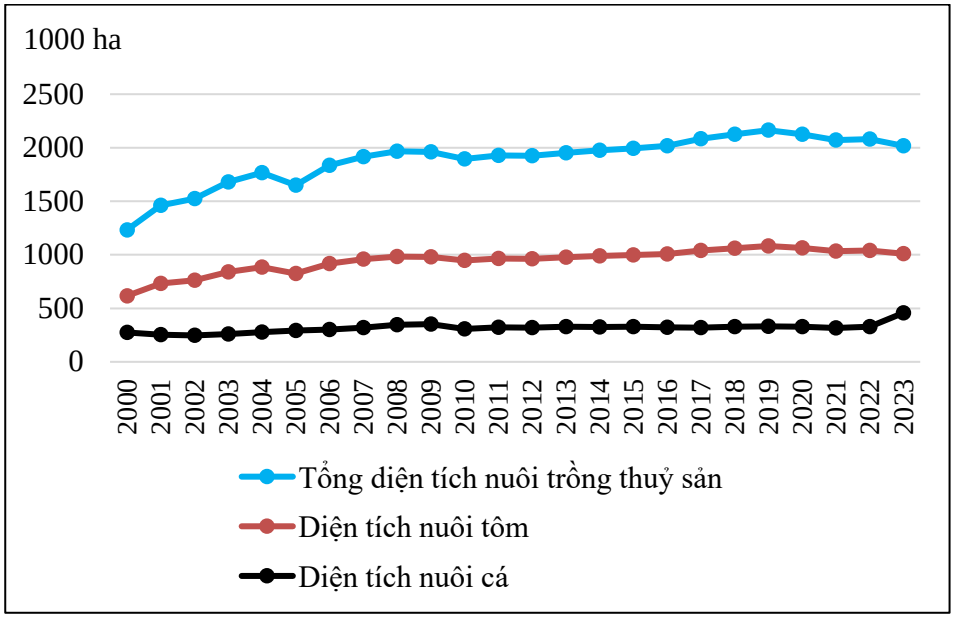
và cả tảo biển. Loại hình này thường được triển khai bằng cách sử dụng lồng, bè, hoặc các hệ thống nuôi cố định đặt ngoài khơi. Các lồng nuôi cá biển được thiết kế chịu được sóng gió mạnh, đảm bảo môi trường sống tự nhiên nhất cho đối tượng nuôi. Nhuyễn thể như ngao và hàu thường được nuôi trên các bãi triều hoặc vùng nước lặng gần bờ, trong khi tảo biển có thể được trồng trên dây, khung nổi, hoặc các kết cấu chìm dưới nước. Nuôi biển mang lại giá trị kinh tế cao, đặc biệt là trong xuất khẩu thủy sản. Các sản phẩm như tôm hùm, cá bớp hay hàu Việt Nam đã có mặt trên nhiều thị trường quốc tế nhờ chất lượng vượt trội. Ngoài ra, nuôi biển còn đóng góp lớn vào việc tạo việc làm và phát triển kinh tế địa phương, nhất là ở các tỉnh ven biển như Khánh Hòa, Phú Yên, Ninh Thuận và Quảng Ninh. Tuy nhiên, việc phát triển nuôi biển cũng đối mặt với nhiều thách thức. Một trong số đó là vấn đề môi trường, bao gồm ô nhiễm nước biển do chất thải từ lồng bè, hoặc suy thoái hệ sinh thái biển do khai thác quá mức. Thêm vào đó, biến đổi khí hậu và hiện tượng thời tiết cực đoan như bão, sóng lớn cũng gây rủi ro cao cho các trang trại nuôi biển. Để khắc phục, cần áp dụng các biện pháp quản lý môi trường chặt chẽ, đồng thời đẩy mạnh nghiên cứu và ứng dụng công nghệ tiên tiến như hệ thống nuôi biển xa bờ hoặc các hệ thống khép kín.

## 1.4. Tình hình sản xuất và tiêu thụ sản phẩm nuôi trồng thủy sản Việt Nam

### *1.4.1. Tình hình nuôi trồng thủy sản tại Việt Nam*

*Diện tích và sản lượng nuôi trồng thủy sản*

Diện tích nuôi trồng thủy sản nội địa của Việt Nam đã ghi nhận sự tăng trưởng mạnh mẽ trong hơn hai thập kỷ qua, phản ánh sự phát triển vượt bậc của ngành này cả về quy mô và mức độ đa dạng. Từ con số 615 nghìn ha vào năm 2000, diện tích này đã tăng lên 947 nghìn ha vào năm 2010 và đạt 1.008 nghìn ha vào năm 2023. Tốc độ tăng trưởng đều đặn này không chỉ thể hiện sự mở rộng về quy mô sản xuất mà còn cho thấy nỗ lực của các địa phương và chính phủ trong việc khai thác hiệu quả tài nguyên nước, thúc đẩy phát triển kinh tế nông thôn và xuất khẩu.




**Hình 1. Diện tích nuôi trồng thủy sản từ năm 2000 đến năm 2023**

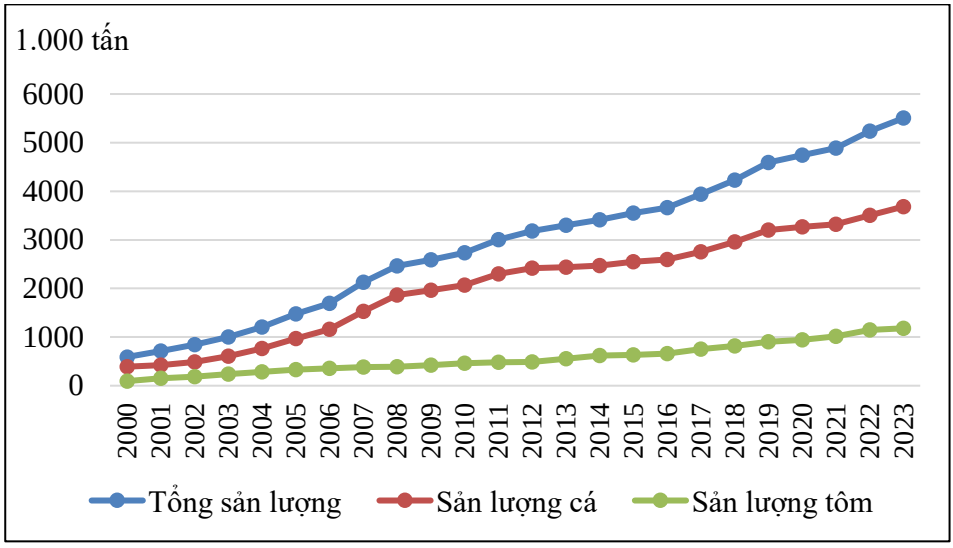
*(Nguồn: Tổng cục Thống kê Việt Nam)*

Cá và tôm là hai đối tượng nuôi chủ lực, chiếm tỷ lệ lớn trong tổng diện tích nuôi trồng thủy sản. Nuôi tôm, đặc biệt là tôm sú và TTCT, luôn chiếm ưu thế ở các khu vực nước lợ và nuôi biển. Điều này là nhờ giá trị kinh tế cao của tôm trên thị trường quốc tế, cùng với nhu cầu lớn từ các thị trường xuất khẩu như Mỹ, EU và Nhật Bản. Các tỉnh ven biển như Cà Mau, Bạc Liêu và Sóc Trăng đã trở thành những trung tâm nuôi tôm trọng điểm, với mô hình nuôi tôm thâm canh, bán thâm canh và nuôi tôm sinh thái đang được nhân rộng. Trong khi đó, cá đã trở thành đối tượng phổ biến hơn trong các hệ thống nuôi trồng nước ngọt. Các loại cá như cá tra, cá basa, cá rô phi và cá chép không chỉ được nuôi để phục vụ nhu cầu tiêu thụ nội địa mà còn đóng vai trò quan trọng trong xuất khẩu. Đặc biệt, khu vực Đồng bằng sông Cửu Long là nơi phát triển mạnh các mô hình nuôi cá tra và cá basa với sản lượng lớn, đóng góp vào kim ngạch xuất khẩu thủy sản hàng tỷ USD mỗi năm.

Sự gia tăng diện tích nuôi trồng thủy sản không chỉ tạo ra cơ hội việc làm cho hàng triệu lao động nông thôn mà còn giúp chuyển đổi

cơ cấu kinh tế tại nhiều địa phương. Tuy nhiên, điều này cũng đặt ra nhiều thách thức về quản lý tài nguyên nước, bảo vệ môi trường và đảm bảo phát triển bền vững. Các vấn đề như ô nhiễm nguồn nước, xâm nhập mặn, dịch bệnh và sự biến đổi khí hậu đang ngày càng ảnh hưởng đến ngành. Diện tích nuôi trồng thủy sản nội địa tăng trưởng ổn định từ năm 2000 đến năm 2023 không chỉ minh chứng cho tiềm năng to lớn của ngành mà còn phản ánh sự chuyển mình trong phương thức sản xuất và định hướng phát triển. Dù còn nhiều thách thức, với các chiến lược phù hợp, ngành nuôi trồng thủy sản Việt Nam hứa hẹn sẽ tiếp tục đóng vai trò quan trọng trong phát triển kinh tế - xã hội và khẳng định vị thế của mình trên thị trường quốc tế.

Đi cùng với sự tăng trưởng diện tích, sản lượng thủy sản cũng tăng mạnh từ 590 nghìn tấn lên 5.502,4 nghìn tấn trong cùng giai đoạn. Điều này phản ánh việc ứng dụng các công nghệ tiên tiến trong nuôi trồng, cải thiện kỹ thuật nuôi và quản lý, cũng như mở rộng mô hình sản xuất từ nhỏ lẻ sang quy mô tập trung. Sự tăng trưởng này là kết quả của các chính sách phát triển đồng bộ, bao gồm hỗ trợ tín dụng, đào tạo kỹ thuật và định hướng sản xuất phù hợp với nhu cầu thị trường trong nước và quốc tế.




**Hình 2. Sản lượng nuôi trồng thủy sản qua các năm**

*(Nguồn: Tổng cục Thống kê Việt Nam)*

Cá vẫn giữ vai trò quan trọng nhất trong tổng sản lượng thủy sản, với mức tăng từ 391,1 nghìn tấn năm 2000 lên 3.683,1 nghìn tấn năm 2023. Đặc biệt, các mô hình nuôi cá nước ngọt như cá tra, cá basa và cá rô phi tại Đồng bằng sông Cửu Long đã đạt được hiệu quả kinh tế cao nhờ sự đầu tư vào giống, thức ăn và công nghệ. Cá nước ngọt không chỉ đáp ứng nhu cầu tiêu thụ trong nước mà còn là mặt hàng xuất khẩu chủ lực, đặc biệt sang thị trường châu Âu và Bắc Mỹ. Trong khi đó, cá biển và cá nước lợ cũng ngày càng chiếm tỷ trọng lớn hơn nhờ vào các mô hình nuôi kết hợp và ứng dụng hệ thống nuôi bền vững như nuôi cá trong lồng bè ở vùng biển xa. Sự tăng trưởng sản lượng cá không chỉ phản ánh tiềm năng tài nguyên mà còn cho thấy ngành thủy sản đã tận dụng tốt các cơ hội từ việc hội nhập quốc tế, cải thiện chất lượng sản phẩm và đáp ứng tiêu chuẩn khắt khe của các thị trường xuất khẩu.

Sản lượng tôm đã có bước nhảy vọt từ 93,5 nghìn tấn vào năm 2000 lên 1.180 nghìn tấn vào năm 2023, minh chứng cho sự phát triển mạnh mẽ của ngành nuôi tôm. Tôm sú và TTCT là hai loài chủ lực, được nuôi phổ biến tại các tỉnh ven biển như Cà Mau, Sóc Trăng và Bạc Liêu, nhờ điều kiện tự nhiên thuận lợi và thị trường xuất khẩu ổn định. Đặc biệt, việc áp dụng các công nghệ nuôi thâm canh và bán thâm canh, kết hợp với quản lý dịch bệnh và xử lý môi trường hiệu quả, đã giúp tăng năng suất và chất lượng sản phẩm. Bên cạnh đó, ngành tôm còn nhận được sự hỗ trợ mạnh mẽ từ các chính sách nhà nước, như phát triển cơ sở hạ tầng nuôi trồng, cung cấp giống tôm chất lượng cao và mở rộng thị trường xuất khẩu. Sự bùng nổ sản lượng tôm không chỉ mang lại nguồn thu lớn cho ngành thủy sản mà còn góp phần cải thiện đời sống của hàng triệu nông dân ven biển, đồng thời thúc đẩy quá trình chuyển đổi cơ cấu kinh tế vùng ven biển theo hướng hiện đại hóa và bền vững.

Việc tăng sản lượng và diện tích nuôi trồng thủy sản là kết quả của những thay đổi trong hình thức nuôi trồng thủy sản và các chính sách phát triển của chính phủ Việt Nam. Cụ thể, theo Nghị định số

09/2000/NQ-CP, diện tích nuôi trồng thủy sản cũng tăng do nhiều diện tích ruộng lúa kém năng suất, đất hoang hóa, đất nhiễm phèn được chuyển đổi thành ao nuôi trồng thủy sản. Ngoài ra, người nông dân được khuyến khích chuyển đổi hình thức nuôi trồng thủy sản từ quảng canh sang bán thâm canh và thâm canh. Chính phủ Việt Nam cũng đưa ra các chương trình hỗ trợ khác nhau cho khu vực nông thôn và nông dân, như cải thiện cơ sở hạ tầng, cơ chế vay vốn ngân hàng cho cả người sản xuất và người chế biến, các khóa đào tạo kỹ thuật, chương trình tham vấn và xúc tiến thương mại quốc tế (Phương và Oanh, 2010).

*Sự phân bố của hoạt động nuôi trồng thủy sản*

Theo Tổng cục Thống kê (GSO), hoạt động nuôi trồng thủy sản tại Việt Nam được phân chia theo sáu vùng lãnh thổ chính: Đồng bằng sông Hồng, Trung du và miền núi phía Bắc, Bắc Trung Bộ và Duyên hải miền Trung, Tây Nguyên, Đông Nam Bộ và Đồng bằng sông Cửu Long. Mỗi vùng mang đặc điểm địa lý, khí hậu và nguồn tài nguyên khác nhau, từ đó hình thành các loại hình nuôi trồng thủy sản đa dạng và đặc trưng. Tại Đồng bằng sông Hồng, hệ thống sông ngòi và kênh rạch cung cấp điều kiện thuận lợi để phát triển nuôi trồng thủy sản nước ngọt như cá rô phi, cá trắm và cá chép. Trong khi đó, Trung du và miền núi phía Bắc với địa hình đồi núi lại tập trung vào nuôi cá lồng bè trên các hồ chứa lớn như hồ Hòa Bình, hồ Thác Bà, tận dụng tối đa diện tích mặt nước tự nhiên. Đối với Bắc Trung Bộ và Duyên hải miền Trung, khu vực này khai thác mạnh nuôi trồng nước lợ và nước mặn với các đối tượng nuôi như TTCT, sò huyết, cá hồng và bào ngư. Hệ thống đầm phá lớn như Tam Giang - Cầu Hai hay các vịnh biển tại Khánh Hòa, Phú Yên đã trở thành trung tâm của các mô hình nuôi biển công nghệ cao, phục vụ thị trường xuất khẩu.

Đông Nam Bộ và Đồng bằng sông Cửu Long là hai khu vực đóng vai trò đặc biệt trong phát triển thủy sản của cả nước. Đông Nam Bộ, với sự hỗ trợ của hệ thống sông Đồng Nai, sông Sài Gòn và môi

trường nước lợ gần bờ biển, đã xây dựng các mô hình nuôi cá rô phi, cá bớp, cá mú và tôm với quy mô lớn. Tại đây, công nghệ nuôi lồng bè xa bờ cũng được áp dụng nhằm tăng sản lượng và giảm áp lực lên vùng ven biển. Đồng bằng sông Cửu Long, trung tâm sản xuất thủy sản lớn nhất Việt Nam, không chỉ chiếm ưu thế trong nuôi cá tra – sản phẩm xuất khẩu chủ lực mà còn nổi bật với các mô hình nuôi tôm sú, tôm thẻ, nghêu, sò huyết và nhiều loài thủy sản giá trị cao. Các tỉnh như Sóc Trăng, Bạc Liêu, Cà Mau tập trung nuôi tôm thâm canh và bán thâm canh, trong khi An Giang và Đồng Tháp dẫn đầu về nuôi cá tra ứng dụng công nghệ cao. Sự phân bố nuôi trồng thủy sản theo vùng không chỉ phản ánh khả năng khai thác tiềm năng tự nhiên mà còn góp phần tạo ra giá trị kinh tế vượt bậc, cung cấp sinh kế cho hàng triệu lao động và tăng cường năng lực xuất khẩu thủy sản của Việt Nam trên thị trường quốc tế.

Diện tích nuôi trồng thủy sản ở sáu vùng của Việt Nam đã tăng trưởng đều đặn từ năm 2000 đến năm 2023, cho thấy sự phát triển vượt bậc của ngành thủy sản trong nền kinh tế quốc gia. Quá trình tăng trưởng này không chỉ đến từ nhu cầu ngày càng cao của thị trường trong nước và xuất khẩu mà còn nhờ vào các chính sách hỗ trợ của chính phủ và việc áp dụng công nghệ mới trong nuôi trồng thủy sản. Đồng bằng sông Cửu Long luôn giữ vị trí số một trong diện tích nuôi trồng thủy sản cả nước. Năm 2000, diện tích nuôi trồng tại đây đạt 445 nghìn ha và đến năm 2023, con số này đã tăng lên 764 nghìn ha, chiếm gần 50% tổng diện tích nuôi trồng thủy sản cả nước. Khu vực này có nhiều lợi thế vượt trội như hệ thống sông ngòi, kênh rạch chằng chịt, đất đai phì nhiêu, nguồn nước dồi dào và khí hậu thuận lợi cho phát triển nuôi trồng thủy sản. Các mô hình nuôi tôm nước lợ, cá tra và các loài thủy sản xuất khẩu chủ lực khác chiếm phần lớn diện tích. Đặc biệt, cá tra - sản phẩm đặc trưng của vùng – đã góp phần đưa Việt Nam vào top các quốc gia xuất khẩu thủy sản lớn nhất thế giới. Nhiều tỉnh trong khu vực như Cà Mau, Bạc Liêu, Sóc Trăng còn phát

triển các mô hình nuôi tôm siêu thâm canh, giúp tăng năng suất và chất lượng sản phẩm.

Đồng bằng sông Hồng đứng thứ hai về diện tích nuôi trồng thủy sản, với sự gia tăng từ 81,5 nghìn ha năm 2000 lên 132 nghìn ha năm 2023. ĐBSH có hệ thống sông Hồng và nhiều vùng nước nội địa phong phú, thuận lợi cho nuôi cá nước ngọt và tôm nước lợ. Đặc biệt, các tỉnh ven biển như Nam Định, Thái Bình, Hải Phòng đã mở rộng các mô hình nuôi trồng ở khu vực cửa sông và vùng ven biển, tập trung vào các loại cá, tôm có giá trị kinh tế cao. Sự gia tăng diện tích nuôi trồng đi kèm với việc áp dụng công nghệ mới như hệ thống nuôi tuần hoàn nước, nuôi trồng thủy sản kết hợp nông nghiệp, giúp khu vực này đạt được hiệu quả cao hơn trong sản xuất.

Với diện tích tăng từ 49,6 nghìn ha năm 2000 lên 84 nghìn ha năm 2023, Bắc Trung Bộ và Duyên hải miền Trung là khu vực phát triển nhanh về nuôi trồng thủy sản. Đây là khu vực có chiều dài bờ biển lớn với nhiều đầm phá, vịnh và vùng nước lợ phù hợp cho các mô hình nuôi tôm, cá biển và các loại thủy sản có giá trị cao như hàu, ngao và rong biển. Tuy nhiên, khu vực này cũng đối mặt với nhiều thách thức. Tình trạng biến đổi khí hậu, xâm nhập mặn và thiên tai như bão lũ đã gây ảnh hưởng đáng kể đến việc mở rộng và ổn định sản xuất. Để đối phó, các tỉnh như Khánh Hòa, Phú Yên và thành phố Huế đã tập trung áp dụng các giải pháp công nghệ cao, chuyển đổi sang mô hình nuôi trồng bền vững

Đông Nam Bộ tuy có diện tích nuôi trồng nhỏ, nhưng khu vực này lại tập trung vào các mô hình sản xuất có giá trị cao và mang tính bền vững. Các tỉnh như Bà Rịa - Vũng Tàu, Đồng Nai đã đầu tư mạnh vào nuôi cá nước ngọt, cá cảnh và một số loại thủy sản phục vụ xuất khẩu. Hệ thống nuôi trồng tại đây thường áp dụng công nghệ tiên tiến và tập trung vào sản phẩm chất lượng cao. Khu vực Trung du và miền núi phía Bắc chủ yếu là nuôi cá nước ngọt trong ao hồ và các mô hình nuôi cá tầm, cá hồi tại các vùng có khí hậu lạnh. Lợi thế về nguồn

nước từ các sông, hồ tự nhiên như hồ Thác Bà, hồ Hòa Bình đã tạo điều kiện cho khu vực này phát triển các sản phẩm thủy sản đặc trưng, phục vụ thị trường nội địa và du lịch. Tây Nguyên là khu vực có diện tích nuôi trồng thủy sản khiêm tốn nhất, chủ yếu tập trung vào nuôi cá nước ngọt tại các hồ chứa lớn như hồ Tà Đùng, hồ Buôn Tua Srah. Gần đây, một số mô hình nuôi cá tầm và cá hồi đã được triển khai thành công ở Lâm Đồng, Gia Lai, mang lại hiệu quả kinh tế cao.

Từ năm 2000 đến năm 2023, sự phân bố sản lượng cá và tôm nuôi giữa các khu vực tại Việt Nam thể hiện sự khác biệt rõ rệt, phản ánh điều kiện tự nhiên và mức độ đầu tư vào nuôi trồng thủy sản của từng vùng. Đồng bằng sông Cửu Long tiếp tục giữ vị trí dẫn đầu cả nước, chiếm khoảng 60% sản lượng cá và 70% sản lượng tôm nuôi. Khu vực này sở hữu hệ thống sông ngòi chằng chịt và nguồn nước phong phú, cùng với sự phát triển của các mô hình nuôi trồng thâm canh, bán thâm canh, đặc biệt là nuôi cá tra và cá ba sa xuất khẩu. Trong khi đó, các tỉnh ven biển như Cà Mau, Bạc Liêu và Sóc Trăng đã ứng dụng thành công công nghệ nuôi tôm siêu thâm canh, mang lại sản lượng lớn và chất lượng cao, góp phần củng cố vị trí hàng đầu của khu vực trong ngành thủy sản.

Ngành nuôi trồng thủy sản Việt Nam có sự phân bố không đồng đều giữa các vùng miền, phản ánh rõ rệt đặc điểm tự nhiên, điều kiện sinh thái và trình độ phát triển kinh tế - xã hội của từng khu vực. Trong đó, Đồng bằng sông Hồng là trung tâm nuôi cá nước ngọt lớn thứ hai cả nước, đóng góp 20% tổng sản lượng cá nuôi, chủ yếu từ các mô hình nuôi cá trắm, cá rô phi và cá chép tại Nam Định, Thái Bình và Hải Dương. Với hệ thống sông ngòi dày đặc, khí hậu ôn hòa và nguồn nước dồi dào, khu vực này đã phát triển mạnh các mô hình nuôi cá ao, hồ, lồng bè trên sông và kết hợp nuôi cá với trồng lúa. Sự đa dạng trong phương thức nuôi giúp tối ưu hóa tài nguyên nước, giảm chi phí sản xuất và tạo thu nhập ổn định cho hàng nghìn hộ gia đình. Tuy nhiên, ngành nuôi cá ở Đồng bằng sông Hồng vẫn gặp thách thức lớn từ ô nhiễm môi trường do công nghiệp hóa và đô thị hóa nhanh

chóng, ảnh hưởng đến chất lượng nguồn nước và sự phát triển của cá nuôi. Bên cạnh nuôi cá nước ngọt, các tỉnh ven biển như Nam Định và Hải Phòng cũng phát triển nuôi tôm nước lợ, dù chỉ chiếm 5% tổng sản lượng tôm cả nước, nhưng đây vẫn là nguồn cung quan trọng cho thị trường nội địa. Việc áp dụng công nghệ nuôi thâm canh và bán thâm canh đã giúp tăng sản lượng và hiệu quả sản xuất, tuy nhiên, nguy cơ dịch bệnh, ô nhiễm nguồn nước và tác động của biến đổi khí hậu đang đặt ra nhiều thách thức cho ngành nuôi tôm ở khu vực này. Trong khi đó, khu vực Bắc Trung Bộ và Duyên hải miền Trung lại nổi bật với hoạt động nuôi tôm, chiếm 20% tổng sản lượng tôm cả nước, đặc biệt là tại Quảng Nam, Bình Định và Phú Yên với mô hình nuôi TTCT trong vùng nước lợ. Nhờ điều kiện tự nhiên thuận lợi, ngành nuôi tôm ở miền Trung đã có sự phát triển mạnh mẽ, đóng góp quan trọng vào nền kinh tế khu vực. Tuy nhiên, những năm gần đây, sản lượng tôm ở khu vực này có dấu hiệu giảm do ảnh hưởng của dịch bệnh, xâm nhập mặn và thời tiết cực đoan, đòi hỏi phải có các giải pháp kỹ thuật tiên tiến hơn như nuôi tôm theo công nghệ biofloc, nuôi tuần hoàn khép kín nhằm giảm thiểu tác động môi trường và nâng cao năng suất.

Ngoài hai khu vực chính kể trên, các vùng còn lại như Đông Nam Bộ, Tây Nguyên và Trung du miền núi phía Bắc có tỷ trọng sản lượng cá và tôm thấp hơn nhiều, nhưng vẫn sở hữu tiềm năng phát triển nếu được đầu tư bài bản. Đông Nam Bộ đóng góp khoảng 5% sản lượng tôm nuôi cả nước, tập trung tại Bà Rịa - Vũng Tàu và Đồng Nai, với các mô hình nuôi tôm nước lợ và nuôi cá nước ngọt quy mô nhỏ. Khu vực này có lợi thế về điều kiện kinh tế và cơ sở hạ tầng, nhưng sự phát triển của ngành vẫn còn hạn chế do diện tích nuôi trồng không lớn và áp lực từ quá trình đô thị hóa. Trong khi đó, Tây Nguyên và Trung du miền núi phía Bắc chủ yếu phát triển nuôi cá nước ngọt như cá trắm, cá rô phi, bên cạnh đó là nuôi cá đặc sản như cá hồi và cá tầm ở các vùng có khí hậu lạnh như Lâm Đồng, Lào Cai và Sơn La. Dù sản lượng thủy sản ở hai khu vực này còn thấp, nhưng nhờ nguồn

nước sạch và điều kiện tự nhiên thuận lợi, nếu được đầu tư vào công nghệ nuôi tiên tiến và quản lý tài nguyên nước hiệu quả, đây có thể trở thành những vùng sản xuất thủy sản quan trọng trong tương lai. Tuy nhiên, sự phân bố sản xuất thủy sản không đồng đều giữa các vùng miền cũng đặt ra yêu cầu cấp thiết về chiến lược phát triển bền vững. Để tối ưu hóa sản xuất và đảm bảo sự phát triển lâu dài, ngành nuôi trồng thủy sản Việt Nam cần tập trung vào ứng dụng công nghệ cao, tăng cường liên kết chuỗi giá trị từ sản xuất đến tiêu thụ, đẩy mạnh mô hình nuôi trồng bền vững và mở rộng thị trường xuất khẩu. Việc đầu tư vào các phương pháp nuôi tiên tiến như nuôi trồng sinh thái, nuôi tuần hoàn và chế biến sâu sẽ giúp nâng cao giá trị sản phẩm, đồng thời giảm tác động tiêu cực đến môi trường. Nếu có các chính sách hỗ trợ phù hợp từ chính phủ và sự hợp tác chặt chẽ giữa doanh nghiệp, nhà khoa học và nông dân, ngành nuôi trồng thủy sản Việt Nam không chỉ duy trì vị thế là một trong những nước xuất khẩu thủy sản hàng đầu thế giới, mà còn góp phần quan trọng vào sự phát triển bền vững của nền kinh tế và nông nghiệp quốc gia.

### *1.4.2. Tình hình tiêu thụ sản phẩm nuôi trồng thủy sản tại Việt Nam*

Theo Kobayashi và cs (2015), nuôi trồng thủy sản dự kiến sẽ cung cấp tới 62% tổng sản lượng thủy sản tiêu dùng trực tiếp trên toàn cầu vào năm 2030, phản ánh tầm quan trọng ngày càng lớn của lĩnh vực này trong việc đảm bảo an ninh lương thực toàn cầu. Trong bối cảnh đó, Việt Nam nổi lên như một trong những quốc gia đi đầu, với các sản phẩm chủ lực như tôm, cá tra, cá rô phi, cá hồi và cá chép. Những sản phẩm này không chỉ đóng vai trò quan trọng trong cung cấp thực phẩm cho thị trường nội địa mà còn là những mặt hàng xuất khẩu chiến lược, mang lại giá trị kinh tế lớn. Đặc biệt, tôm và cá tra đã trở thành hai sản phẩm nổi bật trên thị trường quốc tế, chiếm vị trí hàng đầu trong xuất khẩu thủy sản của Việt Nam. Với việc áp dụng công nghệ sản xuất hiện đại và các tiêu chuẩn quốc tế như ASC, Global GAP và BAP, chất lượng sản phẩm thủy sản Việt Nam ngày

càng được cải thiện, đáp ứng tốt hơn yêu cầu khắt khe từ các thị trường lớn như EU, Mỹ, Nhật Bản và Trung Quốc.

Ngoài ra, quá trình hội nhập kinh tế quốc tế đã mang đến nhiều cơ hội cho ngành thủy sản Việt Nam. Việc tham gia các hiệp định thương mại tự do như EU-Vietnam Free Trade Agreement (EVFTA) - Hiệp định Thương mại Tự do giữa Việt Nam và Liên minh châu Âu, Comprehensive and Progressive Agreement for Trans-Pacific Partnership (CPTPP) - Hiệp định Đối tác Toàn diện và Tiến bộ xuyên Thái Bình Dương và Regional Comprehensive Economic Partnership (RCEP) - Hiệp định Đối tác Kinh tế Toàn diện Khu vực, không chỉ giúp giảm thuế quan mà còn tạo điều kiện thuận lợi cho việc tiếp cận các thị trường mới. Hơn thế nữa, ngành thủy sản đang dần chuyển đổi theo hướng bền vững, áp dụng các phương pháp nuôi trồng thân thiện với môi trường nhằm đáp ứng xu hướng tiêu dùng xanh trên toàn cầu. Tuy nhiên, để tận dụng tối đa tiềm năng này, Việt Nam cần đầu tư mạnh mẽ hơn vào nghiên cứu khoa học, cải tiến công nghệ nuôi trồng, đồng thời giải quyết các thách thức liên quan đến biến đổi khí hậu, ô nhiễm môi trường và kiểm soát dịch bệnh trong nuôi trồng thủy sản (Nguyen, 2010).

Không chỉ dừng lại ở thị trường quốc tế, ngành thủy sản Việt Nam còn ghi nhận sự tăng trưởng mạnh mẽ trong tiêu dùng nội địa, đặc biệt khi nhu cầu sử dụng các sản phẩm thủy sản tại các khu vực thành thị và nông thôn ngày càng gia tăng. Theo UNIDO (2015), mức tiêu thụ sản phẩm thủy sản trung bình hàng năm của người Việt năm 2011 đạt 14,6 kg/người, trong đó 66,7% đến từ cá và tôm tươi. Sự gia tăng này không chỉ phản ánh thói quen tiêu dùng mà còn là minh chứng cho mức sống ngày càng cải thiện, đặc biệt ở tầng lớp trung lưu tại các thành phố lớn như Hà Nội, thành phố Hồ Chí Minh và Đà Nẵng. Nhu cầu tiêu thụ thủy sản nội địa không chỉ dừng lại ở cá và tôm tươi mà còn mở rộng sang các sản phẩm chế biến sẵn và các mặt hàng cao cấp như cá hồi, bào ngư, hay tôm hùm, đáp ứng thị hiếu của nhóm khách hàng có thu nhập cao.

Động lực tăng trưởng thị trường nội địa còn đến từ xu hướng tiêu dùng thực phẩm lành mạnh và thân thiện với môi trường. Người dân ngày càng ưu tiên lựa chọn các sản phẩm thủy sản giàu dinh dưỡng, ít cholesterol và có lợi cho sức khỏe. Ngoài ra, các chương trình quốc gia như "An ninh thực phẩm" và "Phát triển chuỗi giá trị thủy sản" đã giúp nâng cao chất lượng sản phẩm thủy sản nội địa, đồng thời cải thiện khả năng tiếp cận của người tiêu dùng. Đặc biệt, các chính sách hỗ trợ ngư dân và doanh nghiệp trong việc phát triển vùng nuôi trồng tập trung, ứng dụng công nghệ cao vào sản xuất đã góp phần tăng nguồn cung ổn định cho thị trường. Mặc dù vậy, để đảm bảo tăng trưởng bền vững, ngành thủy sản Việt Nam cần đẩy mạnh quản lý chất lượng sản phẩm, phát triển hạ tầng logistics và nâng cao nhận thức người dân về tiêu dùng thủy sản an toàn (Khiêm và cs, 2010).

Ngành thủy sản xuất khẩu của Việt Nam đã chứng kiến sự tăng trưởng vượt bậc trong hai thập kỷ qua. Nếu vào năm 1995, kim ngạch xuất khẩu thủy sản ở mức thấp, thì đến nay, tốc độ tăng trưởng bình quân đạt 15,6%/năm (VASEP, 2018). Theo FAO (2019), Việt Nam hiện là nhà sản xuất lớn thứ tư toàn cầu về nuôi trồng thủy sản và đứng thứ ba thế giới về giá trị xuất khẩu thủy sản vào năm 2017. Đáng chú ý, ngành thủy sản đã và đang tạo ra sự chuyển dịch cơ cấu kinh tế mạnh mẽ, góp phần quan trọng vào tăng trưởng kinh tế quốc gia.

Hiện tại, thủy sản Việt Nam đã hiện diện tại hơn 160 thị trường toàn cầu, với các thị trường chủ lực bao gồm Mỹ, EU và Nhật Bản, chiếm từ 50 – 60% tổng giá trị xuất khẩu thủy sản của Việt Nam (VASEP, 2018). Sự gia tăng nhu cầu tiêu dùng thủy sản chất lượng cao, thân thiện với môi trường và đạt tiêu chuẩn quốc tế tại các khu vực này đã thúc đẩy Việt Nam nâng cao chất lượng sản phẩm, đặc biệt là các mặt hàng như tôm, cá tra, cá ngừ và nghêu. Đáng kể, EU được đánh giá là thị trường tiềm năng lớn với nhu cầu cao về các sản phẩm thủy sản bền vững. Đây là động lực quan trọng để các doanh nghiệp

Việt Nam tiếp tục đầu tư vào công nghệ chế biến và đảm bảo tuân thủ các tiêu chuẩn nghiêm ngặt như ASC, MSC và Global GAP.

Ngoài các thị trường truyền thống như Mỹ, EU và Nhật Bản, Trung Quốc đã vươn lên trở thành thị trường xuất khẩu thủy sản quan trọng thứ tư của Việt Nam trong những năm gần đây. Tuy nhiên, xuất khẩu sang Trung Quốc đối mặt với nhiều thách thức do sự thiếu ổn định, hạn chế về thông tin thị trường và sự tham gia của các doanh nghiệp nhỏ lẻ. Phần lớn các sản phẩm xuất khẩu sang Trung Quốc hiện nay vẫn ở dạng nguyên liệu thô hoặc sản phẩm sơ chế, dẫn đến giá trị thấp và dễ bị tổn thương trước những biến động của thị trường (VASEP, 2018). Để giải quyết vấn đề này, Việt Nam cần đẩy mạnh chế biến sâu, nâng cao giá trị gia tăng cho sản phẩm thủy sản và xây dựng các kênh thương mại bền vững, minh bạch hơn.

Ngoài ra, sự cạnh tranh ngày càng gia tăng từ các quốc gia xuất khẩu thủy sản khác như Ấn Độ, Thái Lan và Indonesia cũng là một thách thức lớn. Những nước này đang không ngừng cải thiện năng lực sản xuất và cạnh tranh về giá thành, gây áp lực lên ngành thủy sản Việt Nam. Tuy nhiên, lợi thế của Việt Nam nằm ở việc đáp ứng được các tiêu chuẩn quốc tế cao và khả năng thích ứng nhanh chóng với các yêu cầu từ thị trường. Các hiệp định thương mại tự do như EVFTA và CPTPP đã và đang tạo ra những cơ hội lớn để Việt Nam củng cố vị thế trên thị trường toàn cầu, đặc biệt thông qua việc giảm thuế quan và mở rộng khả năng tiếp cận thị trường.

Kể từ năm 2000, xuất khẩu thủy sản của Việt Nam đã chứng kiến sự tăng trưởng vượt bậc, đặc biệt nhờ vào sự phát triển mạnh mẽ của các sản phẩm nuôi trồng chủ lực như cá tra, TTCT và tôm sú. Giá trị xuất khẩu tăng từ 1,484 triệu USD vào năm 2000 lên 8,044 triệu USD vào năm 2014, một con số minh chứng cho tiềm năng phát triển to lớn của ngành. Mặc dù giá trị xuất khẩu giảm nhẹ vào năm 2015 do ảnh hưởng từ thị trường quốc tế và các rào cản thương mại, ngành thủy sản đã nhanh chóng phục hồi, đạt 8,586 triệu USD vào năm 2017

(DoF, 2019). Sự tăng trưởng này không chỉ nhờ vào sự mở rộng diện tích và năng suất nuôi trồng mà còn được thúc đẩy bởi các chính sách hỗ trợ từ chính phủ, như việc tham gia các hiệp định thương mại tự do (EVFTA, CPTPP). Điều này giúp Việt Nam tiếp cận sâu hơn vào các thị trường trọng điểm như Mỹ, EU, Nhật Bản và Trung Quốc. Những bước tiến này đã khẳng định vị thế của thủy sản Việt Nam như một trong những ngành xuất khẩu mũi nhọn của nền kinh tế quốc gia.

Mặc dù đã đạt được những thành tựu nổi bật, ngành thủy sản Việt Nam vẫn đối mặt với những thách thức lớn trong việc xây dựng thương hiệu quốc gia trên thị trường thế giới. Hiện tại, phần lớn sản phẩm thủy sản xuất khẩu của Việt Nam được bán qua các nhà nhập khẩu, sau đó được dán nhãn thương hiệu của họ. Điều này khiến sản phẩm thủy sản Việt Nam thiếu dấu ấn đặc trưng và khó cạnh tranh về giá trị gia tăng. Trong khi các quốc gia như Na Uy đã thành công với thương hiệu cá hồi hoặc Thái Lan với tôm, Việt Nam vẫn loay hoay tìm kiếm một thương hiệu riêng có thể đại diện cho chất lượng và uy tín của thủy sản Việt Nam. Xây dựng một thương hiệu mạnh mẽ không chỉ giúp nâng cao giá trị sản phẩm mà còn tạo sự nhận diện trên thị trường quốc tế, từ đó cải thiện vị thế và khả năng đàm phán của doanh nghiệp Việt Nam. Để làm được điều này, ngành cần đầu tư vào chiến lược quảng bá, nâng cao chất lượng sản phẩm thông qua các chứng nhận quốc tế như ASC, MSC và triển khai các chiến dịch truyền thông hiệu quả hơn nhằm tăng cường niềm tin của người tiêu dùng toàn cầu.

Một trong những giải pháp quan trọng để nâng cao giá trị gia tăng và tính cạnh tranh của thủy sản Việt Nam trên thị trường quốc tế là đẩy mạnh chế biến sâu và phát triển bền vững. Hiện nay, một phần lớn sản phẩm thủy sản vẫn xuất khẩu dưới dạng nguyên liệu thô hoặc sơ chế, làm giảm giá trị kinh tế và không tận dụng hết tiềm năng thị trường. Để khắc phục hạn chế này, ngành cần đầu tư mạnh vào công nghệ chế biến hiện đại, phát triển các dòng sản phẩm tiện lợi, giá trị cao như thực phẩm đóng hộp, sản phẩm ăn liền hoặc các sản phẩm chế

biến phục vụ nhu cầu tiêu dùng nhanh. Đồng thời, việc đáp ứng các tiêu chuẩn bền vững ngày càng khắt khe của các thị trường lớn như EU, Mỹ thông qua các chứng nhận quốc tế là yêu cầu bắt buộc. Ngoài ra, ngành cần triển khai mô hình kinh tế tuần hoàn trong nuôi trồng và chế biến, giúp giảm thiểu tác động môi trường và tối ưu hóa nguồn lực. Sự kết hợp giữa phát triển bền vững, đổi mới công nghệ và xây dựng thương hiệu sẽ tạo nền tảng vững chắc, không chỉ giúp ngành thủy sản Việt Nam duy trì tốc độ tăng trưởng cao mà còn khẳng định vị thế trong chuỗi giá trị toàn cầu, góp phần phát triển kinh tế đất nước một cách toàn diện và bền vững.

## 1.5. Những cơ hội và thách thức trong phát triển nuôi trồng thủy sản

### *1.5.1. Cơ hội phát triển ngành nuôi trồng thủy sản tại Việt Nam*

Ngành nuôi trồng thủy sản Việt Nam đã có những bước phát triển mạnh mẽ nhờ sự đầu tư lớn từ Nhà nước trong các lĩnh vực quy hoạch, nghiên cứu khoa học, giáo dục và chuyển giao công nghệ. Chính phủ Việt Nam đã nhận thức rõ tầm quan trọng của ngành thủy sản đối với nền kinh tế và đời sống người dân, đặc biệt là ở các khu vực nông thôn. Bộ Nông nghiệp và Phát triển Nông thôn (MARD) đã đóng vai trò chủ chốt trong việc xây dựng chiến lược phát triển lâu dài, với các kế hoạch tổng thể nhằm phát triển ngành thủy sản, đồng thời phát triển các sản phẩm thủy sản theo hướng bền vững. MARD đã xây dựng các quy định kỹ thuật và tiêu chuẩn quốc gia liên quan đến lĩnh vực thủy sản, tạo cơ sở pháp lý vững chắc cho việc triển khai các chương trình phát triển. Ngoài ra, các cơ quan chuyên môn như Viện Nghiên cứu Thủy sản, Viện Kinh tế Thủy sản đã cung cấp các nghiên cứu và giải pháp kỹ thuật, giúp ngành thủy sản Việt Nam không chỉ tăng trưởng mà còn đạt được những thành tựu vượt bậc về mặt sản lượng và chất lượng sản phẩm. Các chiến lược quốc gia đã đưa ra những kế hoạch cụ thể để nâng cao năng suất, thúc đẩy xuất khẩu, đồng thời giảm thiểu các rủi ro và tác động tiêu cực tới môi trường. Việc Nhà nước đầu tư vào ngành thủy sản không chỉ nhằm

nâng cao giá trị sản phẩm mà còn tạo ra việc làm ổn định cho nông dân và góp phần bảo vệ sinh kế bền vững cho cộng đồng.

Hợp tác quốc tế đã mở ra nhiều cơ hội quan trọng cho ngành nuôi trồng thủy sản Việt Nam, đặc biệt trong lĩnh vực chuyển giao công nghệ và cải tiến quy trình sản xuất. Việc tham gia vào các chương trình hợp tác nghiên cứu và phát triển công nghệ với các quốc gia tiên tiến trong lĩnh vực thủy sản đã giúp Việt Nam cải thiện chất lượng giống, áp dụng các phương pháp nuôi trồng hiện đại và bền vững. Các dự án hợp tác quốc tế cung cấp nguồn vốn, kiến thức và công nghệ, tạo điều kiện cho Việt Nam tiếp cận những kỹ thuật nuôi trồng tiên tiến nhất, giúp cải thiện hiệu quả sản xuất và giảm thiểu tác động xấu đến môi trường. Chuyển giao công nghệ từ các đối tác quốc tế đã giúp Việt Nam ứng dụng các kỹ thuật tiên tiến như hệ thống cấp oxy tự động, công nghệ nuôi trồng sinh học và các giải pháp cải thiện chất lượng nước trong các ao nuôi, từ đó nâng cao năng suất và giảm thiểu dịch bệnh. Nhờ sự hợp tác này, Việt Nam đã có thể thích ứng nhanh chóng với các thay đổi trong ngành thủy sản, từ đó đạt được những thành tựu lớn trong sản xuất và xuất khẩu thủy sản. Sự hỗ trợ từ các tổ chức quốc tế không chỉ giúp cải tiến quy trình sản xuất mà còn tạo ra cơ hội cho việc phát triển những sản phẩm thủy sản đặc sản, phù hợp với yêu cầu của các thị trường quốc tế.

Một trong những yếu tố then chốt giúp ngành nuôi trồng thủy sản Việt Nam phát triển là khả năng thích ứng nhanh chóng với các công nghệ và đổi mới sáng tạo. Từ những năm 1980, Việt Nam đã thực hiện chính sách "mở cửa" để thu hút đầu tư và tiếp cận các công nghệ mới trong lĩnh vực thủy sản. Trong giai đoạn đầu, ngành thủy sản Việt Nam chưa phát triển mạnh mẽ như các quốc gia láng giềng như Thái Lan hay Philippines, nhưng việc tiếp cận các kỹ thuật và phương pháp nuôi trồng hiện đại đã giúp Việt Nam nhanh chóng vượt qua các khó khăn ban đầu. Mặc dù Việt Nam bắt đầu muộn trong ngành nuôi tôm và cá tra, nhưng nhờ áp dụng các công nghệ tiên tiến như hệ thống cấp oxy tự động, việc sử dụng thức ăn chế biến sẵn và

các phương pháp nuôi trồng sinh học, ngành thủy sản đã đạt được sự phát triển vượt bậc. Các công nghệ này giúp giảm thiểu chi phí sản xuất, cải thiện chất lượng sản phẩm và giảm thiểu dịch bệnh, từ đó giúp tăng trưởng nhanh chóng và bền vững. Việc áp dụng các công nghệ mới cũng giúp nông dân và các công ty chế biến thủy sản Việt Nam cải thiện quy trình sản xuất, tiết kiệm chi phí và nâng cao hiệu quả kinh tế. Những tiến bộ trong công nghệ không chỉ mang lại lợi ích về mặt năng suất mà còn góp phần bảo vệ môi trường, thúc đẩy phát triển bền vững cho ngành nuôi trồng thủy sản.

Sự hợp tác giữa các bên liên quan là một yếu tố quan trọng giúp ngành nuôi trồng thủy sản Việt Nam phát triển mạnh mẽ và bền vững. Các mô hình liên kết chuỗi giá trị trong ngành nuôi trồng thủy sản đã giúp cải thiện hiệu quả sản xuất và nâng cao chất lượng sản phẩm. Một ví dụ điển hình là ngành nuôi cá tra và tôm, nơi có sự kết nối chặt chẽ giữa nông dân, các công ty chế biến thủy sản và các cơ quan nhà nước. Các công ty chế biến cung cấp thức ăn cho nông dân và thu mua sản phẩm sau khi nuôi trồng, đảm bảo đầu ra ổn định cho sản phẩm. Nông dân cũng được hỗ trợ về kỹ thuật nuôi trồng, giúp giảm thiểu các rủi ro và nâng cao hiệu quả sản xuất. Bên cạnh đó, các tổ chức phi chính phủ (NGOs) cũng đóng vai trò quan trọng trong việc hỗ trợ các nông dân nghèo và giúp cải thiện phương pháp nuôi trồng cho các hộ gia đình nhỏ. Việc hình thành các hợp tác xã hoặc các hiệp hội sản xuất cũng giúp nông dân có thể chia sẻ tài nguyên, kinh nghiệm và giảm thiểu chi phí đầu vào. Sự hợp tác giữa các bên liên quan không chỉ giúp ngành thủy sản Việt Nam phát triển mạnh mẽ về mặt sản lượng mà còn giúp bảo vệ môi trường và thúc đẩy tính bền vững trong sản xuất.

NGOs đã và đang đóng góp rất lớn vào sự phát triển bền vững của ngành nuôi trồng thủy sản Việt Nam, đặc biệt trong việc hỗ trợ các hộ nuôi trồng thủy sản quy mô nhỏ. Các NGOs giúp người nông dân học hỏi và cải thiện kỹ thuật nuôi trồng thủy sản. Những tổ chức này không chỉ cung cấp đào tạo mà còn hỗ trợ nông dân về mặt tài

chính và kỹ thuật, giúp họ nâng cao năng suất và chất lượng sản phẩm. Các NGOs cũng giúp xây dựng những mô hình nuôi trồng bền vững, giảm thiểu tác động tiêu cực đến môi trường và thúc đẩy sản xuất thủy sản theo hướng bảo vệ tài nguyên thiên nhiên. Thêm vào đó, các NGOs cũng tham gia vào việc cải thiện chính sách, giúp nâng cao năng lực sản xuất và tạo ra những mô hình hợp tác hiệu quả giữa các nông dân, các doanh nghiệp và các cơ quan quản lý. Nhờ sự hỗ trợ này, ngành nuôi trồng thủy sản Việt Nam không chỉ phát triển về mặt sản lượng mà còn thúc đẩy việc bảo vệ môi trường và nâng cao sinh kế bền vững cho người dân nông thôn.

### *1.5.2. Những thách thức trong nuôi trồng thủy sản tại Việt Nam*

Ngành nuôi trồng thủy sản Việt Nam, mặc dù có tiềm năng lớn và đóng góp quan trọng vào nền kinh tế quốc dân, nhưng đang phải đối mặt với nhiều thách thức nghiêm trọng, ảnh hưởng đến sự phát triển bền vững của ngành. Một trong những vấn đề lớn nhất là dịch bệnh kéo dài và sự lây lan của các bệnh nghiêm trọng trong các đối tượng nuôi. Các bệnh như xuất huyết ở cá tra, bệnh nhiễm khuẩn đường ruột và các bệnh hoại tử gan tụy cấp tính ở tôm đang trở thành mối đe dọa lớn đối với sản lượng và chất lượng sản phẩm thủy sản. Nhiều nghiên cứu cho thấy, bệnh tật đã khiến tỷ lệ sống của các loài thủy sản nuôi giảm mạnh và kéo theo đó là chi phí sản xuất tăng cao, do phải sử dụng thuốc và các biện pháp phòng trị bệnh. Điều này không chỉ làm giảm lợi nhuận mà còn ảnh hưởng đến uy tín và sự phát triển lâu dài của ngành thủy sản. Trong khi đó, chất lượng giống nuôi còn hạn chế, chủ yếu là do thiếu hệ thống kiểm soát chất lượng giống và sự thiếu hụt nguồn giống chất lượng cao. Mặc dù Việt Nam đã đạt được một số thành tựu trong việc phát triển giống cải tiến di truyền cho cá tra, nhưng nguồn cung giống vẫn chưa đủ để đáp ứng nhu cầu của ngành. Việc nhập khẩu giống tôm sạch bệnh và giống cá tra cải tiến làm gia tăng chi phí và tạo ra sự phụ thuộc vào các quốc gia cung cấp giống, điều này làm giảm tính tự chủ và tính cạnh tranh của ngành nuôi trồng thủy sản trong nước.

Ngoài những vấn đề về dịch bệnh và chất lượng giống, ngành thủy sản Việt Nam còn đối mặt với chi phí sản xuất cao, đặc biệt là chi phí thức ăn. Thức ăn chiếm tỷ lệ lớn trong tổng chi phí sản xuất, với mức độ từ 60 – 85% tùy thuộc vào loài thủy sản nuôi. Việt Nam hiện đang phụ thuộc vào nguyên liệu nhập khẩu để sản xuất thức ăn chăn nuôi, trong đó có bột cá, bột đậu nành và nhiều phụ phẩm động vật. Khoảng 65 – 70% nguyên liệu thức ăn thủy sản phải nhập khẩu từ các quốc gia khác, dẫn đến việc sản xuất thủy sản tại Việt Nam trở nên kém cạnh tranh hơn khi giá nguyên liệu trên thị trường quốc tế thay đổi. Điều này không chỉ ảnh hưởng đến giá thành sản phẩm mà còn làm giảm lợi nhuận của người nuôi. Cùng với đó, sự biến động giá cả của các nguyên liệu đầu vào này đang tạo ra áp lực lớn cho ngành thủy sản, khiến cho việc duy trì mức lợi nhuận ổn định trở nên khó khăn.

Mặt khác, vấn đề biến động thị trường xuất khẩu cũng là một thách thức đáng kể. Mặc dù kim ngạch xuất khẩu thủy sản của Việt Nam trong những năm qua đã tăng trưởng ổn định, nhưng thị trường xuất khẩu vẫn thiếu sự ổn định và bền vững. Các rào cản kỹ thuật và xu hướng bảo hộ thương mại gia tăng, đặc biệt là đối với sản phẩm cá tra, đã tạo ra những khó khăn không nhỏ trong việc duy trì và mở rộng thị trường quốc tế. Bên cạnh đó, sự cạnh tranh ngày càng gay gắt từ các quốc gia sản xuất thủy sản khác trong khu vực, đặc biệt là các nước châu Á, cũng đang gây áp lực lên thị trường xuất khẩu thủy sản của Việt Nam. Do đó, ngành thủy sản cần phải đa dạng hóa thị trường, cải tiến chất lượng sản phẩm, đáp ứng các tiêu chuẩn cao về an toàn thực phẩm và phát triển các chiến lược xuất khẩu dài hạn để giảm thiểu rủi ro và nâng cao khả năng cạnh tranh.

Không thể không nhắc đến tác động tiêu cực của biến đổi khí hậu và suy thoái môi trường đối với ngành nuôi trồng thủy sản. Biến đổi khí hậu, bao gồm nước biển dâng và sự thay đổi về nhiệt độ và lượng mưa, đã làm thay đổi môi trường sống của các loài thủy sản. Các yếu tố này đã gây ra sự thay đổi về chất lượng nước, tăng nguy cơ bùng phát dịch bệnh và làm giảm tỷ lệ sống và tăng trưởng của thủy sản.

Hơn nữa, các hoạt động nuôi trồng thủy sản thiếu quy hoạch và quản lý môi trường hiệu quả cũng góp phần làm suy thoái các hệ sinh thái tự nhiên, tạo ra tác động tiêu cực đến năng suất của ngành. Các biện pháp như tăng cường quản lý sản xuất, xây dựng các kế hoạch ứng phó với biến đổi khí hậu và bảo vệ hệ sinh thái sẽ là những yếu tố quyết định giúp ngành nuôi trồng thủy sản phát triển bền vững (Tri và cs, 2021).

Ngoài ra, ngành nuôi trồng thủy sản ở Việt Nam đang đối mặt với nhiều thách thức lớn, đặc biệt là khi diện tích nuôi trồng ngày càng tăng nhanh hơn so với sự phát triển của các hạ tầng chung. Sự phát triển không đồng bộ này đã tạo ra những khó khăn lớn trong việc duy trì và mở rộng ngành thủy sản một cách bền vững. Một trong những vấn đề nghiêm trọng là việc đầu tư vào logistics, sản xuất giống và hệ thống tưới tiêu cho các trang trại vẫn còn thiếu và yếu. Điều này dẫn đến việc quản lý hiệu quả chuỗi cung ứng thủy sản gặp rất nhiều khó khăn, đồng thời ảnh hưởng đến khả năng duy trì chất lượng sản phẩm trong suốt quá trình nuôi trồng và chế biến (Van Duijn và cs, 2012).

Bên cạnh đó, nuôi trồng quy mô nhỏ vẫn chiếm tỷ lệ lớn trong sản lượng thủy sản của Việt Nam, điều này có tác động tiêu cực đến việc xây dựng một chuỗi giá trị bền vững và hiệu quả. Việc sản xuất quy mô nhỏ khiến cho tiêu chuẩn tổ chức sản xuất trong chuỗi giá trị không cao, gây khó khăn trong việc giám sát chất lượng và đảm bảo sản phẩm đạt yêu cầu xuất khẩu. Một trong những vấn đề lớn trong sản xuất quy mô nhỏ là khả năng áp dụng công nghệ mới bị hạn chế, điều này làm giảm khả năng tăng năng suất và chất lượng sản phẩm. Đồng thời, việc không kết nối được với thị trường khiến nông dân gặp khó khăn trong việc tiêu thụ sản phẩm, dẫn đến tình trạng không ổn định trong thị trường đầu ra cho nông sản.

Trong bối cảnh này, tích hợp theo chiều dọc được coi là giải pháp quan trọng để phát triển chuỗi giá trị và đảm bảo tính bền vững cho ngành nuôi trồng thủy sản ở Việt Nam. Việc kết nối chặt chẽ giữa

các chủ thể trong chuỗi cung ứng sẽ giúp tăng cường khả năng kiểm soát chất lượng, giảm thiểu rủi ro và tăng cường sự ổn định cho ngành thủy sản. Tuy nhiên, hiện tại chỉ một tỷ lệ nhỏ nông dân đang thực sự xem xét và áp dụng mô hình tích hợp theo chiều dọc (Ho, 2012). Điều này phần lớn là do sự thiếu hụt về vốn đầu tư, kiến thức và công nghệ cần thiết để triển khai mô hình này. Hơn nữa, những rào cản về chính sách, cơ sở hạ tầng chưa phát triển đầy đủ và việc thiếu sự liên kết giữa các nông hộ, nhà chế biến và các doanh nghiệp cũng khiến cho việc áp dụng tích hợp theo chiều dọc trở nên khó khăn.

Thị trường xuất khẩu thủy sản ngày càng trở nên cạnh tranh hơn và phụ thuộc rất nhiều vào việc tuân thủ các tiêu chuẩn chất lượng nghiêm ngặt. Các tiêu chuẩn này không chỉ liên quan đến an toàn thực phẩm, mà còn bao gồm các yếu tố như kiểm soát dịch bệnh, bảo vệ môi trường và tuân thủ các yêu cầu xã hội. Tuy nhiên, với việc rào cản thương mại ngày càng thắt chặt và sự cạnh tranh giữa các quốc gia sản xuất thủy sản ngày càng gay gắt, các doanh nghiệp thủy sản Việt Nam đang phải đối mặt với không ít khó khăn trong việc duy trì và mở rộng thị trường quốc tế.

Cụ thể, các yêu cầu khắt khe về tiêu chuẩn an toàn thực phẩm và thuế nhập khẩu được xem là những rào cản chính đối với việc thâm nhập vào thị trường Liên minh châu Âu (EU). Việc đáp ứng các yêu cầu này đòi hỏi các nhà sản xuất thủy sản phải nâng cao chất lượng sản phẩm, đảm bảo sản phẩm không chỉ đáp ứng yêu cầu về an toàn mà còn phải tuân thủ các quy trình về vệ sinh, truy xuất nguồn gốc và chất lượng toàn cầu. Tuy nhiên, mức thuế nhập khẩu cao và các thủ tục hành chính phức tạp của các thị trường quốc tế cũng là một yếu tố khiến cho chi phí gia nhập thị trường của các doanh nghiệp thủy sản Việt Nam gia tăng, giảm khả năng cạnh tranh của sản phẩm thủy sản Việt Nam so với các quốc gia sản xuất khác (Van Duijn và cs, 2012).

Ngoài những yếu tố liên quan đến tiêu chuẩn chất lượng và chính sách thương mại, ngành nuôi trồng thủy sản tại Việt Nam còn

phải đối mặt với nhiều nguy cơ khác, đặc biệt là dịch bệnh và ô nhiễm môi trường. Các dịch bệnh như bệnh tôm, bệnh cá… có thể gây thiệt hại nghiêm trọng cho sản lượng và chất lượng thủy sản, đồng thời làm tăng chi phí điều trị và bảo vệ. Ngoài ra, việc nuôi trồng thủy sản quy mô lớn đôi khi dẫn đến ô nhiễm môi trường, ảnh hưởng đến hệ sinh thái và chất lượng nguồn nước. Điều này không chỉ gây ảnh hưởng đến sức khỏe cộng đồng, mà còn có thể làm giảm giá trị của sản phẩm, làm khó cho việc xuất khẩu sang các thị trường yêu cầu tiêu chuẩn môi trường cao.

# CHƯƠNG 2
# LÝ THUYẾT CHUỖI GIÁ TRỊ VÀ QUẢN TRỊ CHUỖI GIÁ TRỊ

## 2.1. Khái niệm và đặc điểm chuỗi giá trị

### *2.1.1. Khái niệm chuỗi giá trị*

Khái niệm chuỗi giá trị lần đầu tiên được giới thiệu bởi Porter vào năm 1990, trong bối cảnh nghiên cứu về lý thuyết lợi thế cạnh tranh. Theo ông, chuỗi giá trị là một phương pháp chiến lược quan trọng giúp các doanh nghiệp đạt được và duy trì lợi thế cạnh tranh. Nó được thực hiện thông qua việc phân tích và tổ chức các hoạt động liên quan đến thiết kế, sản xuất, marketing và phân phối sản phẩm hoặc dịch vụ. Chuỗi giá trị không chỉ là sự liệt kê các bước trong quá trình kinh doanh, mà còn là công cụ để đánh giá và tối ưu hóa giá trị được tạo ra tại mỗi giai đoạn của chuỗi, từ khâu đầu tiên đến sản phẩm cuối cùng.

Porter định nghĩa giá trị là sự sẵn lòng chi trả của người mua đối với sản phẩm hoặc dịch vụ. Điều này đồng nghĩa với việc giá trị không chỉ được xác định bởi chi phí sản xuất mà còn bởi cảm nhận của khách hàng về lợi ích mà sản phẩm mang lại. Như vậy, trong một chuỗi giá trị, mỗi giai đoạn đều góp phần gia tăng giá trị, từ thiết kế sản phẩm, quản lý nguyên liệu thô, sản xuất, tiếp thị, cho đến phân phối và hậu mãi. Giá trị tích lũy qua từng giai đoạn sẽ ảnh hưởng trực tiếp đến mức độ hấp dẫn của sản phẩm đối với người tiêu dùng và khả năng cạnh tranh của doanh nghiệp trên thị trường (Porter, 1985).

Chuỗi giá trị có thể được hiểu một cách đơn giản như là sự liên kết giữa các giai đoạn sản xuất, chế biến và phân phối sản phẩm hoặc dịch vụ. Mỗi mắt xích trong chuỗi đều đóng vai trò quan trọng trong việc hình thành giá trị tổng thể của sản phẩm. Kaplinsky và Morris (2000) nhấn mạnh rằng, để tối ưu hóa chuỗi giá trị, cần phải phân tích mối quan hệ giữa các giai đoạn, bao gồm cả mối quan hệ với các giai đoạn trước và sau. Các giai đoạn trong chuỗi giá trị không chỉ tồn tại độc

lập mà còn có sự tương tác chặt chẽ. Điều này có nghĩa là giá trị tạo ra tại một giai đoạn sẽ ảnh hưởng trực tiếp đến các giai đoạn kế tiếp. Ví dụ, chất lượng nguyên liệu đầu vào sẽ quyết định hiệu quả của quá trình sản xuất và hiệu quả này sẽ ảnh hưởng đến cách sản phẩm được tiếp thị và phân phối đến người tiêu dùng. Do đó, việc tối ưu hóa từng giai đoạn là yếu tố cốt lõi để nâng cao giá trị tổng thể của chuỗi.

Chyi Lee và Yang (2000) chỉ ra rằng, giá trị gia tăng tại mỗi giai đoạn của chuỗi sẽ được tích lũy và chuyển đến điểm cuối của chuỗi kinh doanh là người tiêu dùng. Điều này không chỉ mang lại lợi ích kinh tế cho doanh nghiệp mà còn đảm bảo sự hài lòng và lòng trung thành của khách hàng. Ngoài ra, chuỗi giá trị còn đóng vai trò quan trọng trong việc thúc đẩy phát triển bền vững. Các doanh nghiệp có thể sử dụng chuỗi giá trị để tối ưu hóa việc sử dụng tài nguyên, giảm thiểu lãng phí và tăng cường các hoạt động thân thiện với môi trường. Kaplinsky và Morris (2000) và Calatayud và Ketterer (2016) nhấn mạnh rằng, chuỗi giá trị không chỉ giới hạn trong các hoạt động sản xuất và phân phối, mà còn bao gồm cả các dịch vụ sau bán hàng. Việc hỗ trợ khách hàng sau khi họ sử dụng sản phẩm là một phần quan trọng trong việc duy trì lợi thế cạnh tranh, đồng thời củng cố mối quan hệ lâu dài với khách hàng.

Tóm lại, khái niệm chuỗi giá trị có thể được hiểu đơn giản rằng có nhiều liên kết trong tất cả các giai đoạn của sản xuất, chế biến và phân phối, điều này có thể được phân tích trong mối quan hệ với các giai đoạn phía trước. Theo đó, các giai đoạn khác nhau của sản phẩm hay dịch vụ được đánh giá từ giai đoạn khởi đầu hay ý tưởng thông qua các giai đoạn sản xuất khác nhau và cuối cùng phân phối đến người tiêu dùng và dịch vụ sau sử dụng (Kaplinsky và Morris, 2000; Russell và Hanoomanjee, 2012; Calatayud và Ketterer, 2016).

### *2.1.2. Đặc điểm chuỗi giá trị*

Chuỗi giá trị không chỉ đơn thuần là một tập hợp các hoạt động kinh tế, mà còn là công cụ quan trọng giúp xác định các lợi thế cạnh

tranh, tối ưu hóa quy trình và nâng cao giá trị gia tăng cho sản phẩm hoặc dịch vụ. Để đạt được điều này, chuỗi giá trị được phân chia thành hai hợp phần chính: các hoạt động sơ cấp và các hoạt động hỗ trợ, mỗi hợp phần đều có vai trò cụ thể và mối liên hệ chặt chẽ với nhau. Các hoạt động sơ cấp liên quan trực tiếp đến việc tạo ra giá trị bằng cách sản xuất, chuyển giao và phân phối sản phẩm hoặc dịch vụ đến tay khách hàng. Đây là những hoạt động cốt lõi của doanh nghiệp, bao gồm từ sản xuất, tiếp thị đến dịch vụ sau bán hàng. Song song với đó, các hoạt động hỗ trợ lại tập trung vào việc tăng cường hiệu suất và hiệu quả của các hoạt động sơ cấp thông qua việc cung cấp các nguồn lực, công nghệ và năng lực quản lý cần thiết. Những hoạt động này không chỉ giúp tối ưu hóa chi phí mà còn nâng cao khả năng cạnh tranh của doanh nghiệp trên thị trường (Russell và Hanoomanjee, 2012; Calatayud và Ketterer, 2016), cụ thể:

*Hoạt động sơ cấp*

Hoạt động sơ cấp bao gồm các công đoạn chính yếu liên quan đến việc sản xuất và phân phối sản phẩm hoặc dịch vụ. Những công đoạn này có thể được chia thành các bước sau:

- Hậu cần đầu vào: bao gồm việc thu mua và quản lý nguyên liệu đầu vào cần thiết cho sản xuất.

- Quá trình sản xuất: tập trung vào việc biến nguyên liệu thành sản phẩm hoàn thiện hoặc dịch vụ.

- Hậu cần đầu ra: đảm bảo rằng sản phẩm được vận chuyển đến tay khách hàng một cách hiệu quả.

- Marketing và bán hàng: giới thiệu sản phẩm đến thị trường mục tiêu, xây dựng mối quan hệ với khách hàng.

- Dịch vụ sau bán hàng: đảm bảo sự hài lòng của khách hàng và duy trì mối quan hệ lâu dài.

Mỗi hoạt động trong nhóm sơ cấp đều góp phần trực tiếp vào việc gia tăng giá trị của sản phẩm, nâng cao tính cạnh tranh và tăng doanh thu cho doanh nghiệp.

*Hoạt động hỗ trợ*

Hoạt động hỗ trợ có nhiệm vụ nâng cao hiệu quả và hiệu suất của các hoạt động sơ cấp. Các hoạt động này bao gồm:

- Quản trị nguồn nhân lực: đảm bảo rằng đội ngũ nhân viên được đào tạo và phát triển để thực hiện các công việc một cách hiệu quả.

- Cơ sở hạ tầng: đầu tư vào công nghệ, hệ thống quản lý và các quy trình nội bộ để hỗ trợ hoạt động kinh doanh.

- Phát triển công nghệ: ứng dụng các tiến bộ công nghệ để cải thiện chất lượng sản phẩm và hiệu quả sản xuất.

- Quản lý mua sắm: tìm kiếm và duy trì mối quan hệ với các nhà cung cấp đáng tin cậy để tối ưu hóa chi phí và chất lượng nguyên liệu.

Hoạt động hỗ trợ không trực tiếp tạo ra sản phẩm hoặc dịch vụ nhưng có vai trò quan trọng trong việc tăng cường khả năng thực thi và cải tiến liên tục cho các hoạt động sơ cấp. Sự phối hợp giữa các hoạt động sơ cấp và hoạt động hỗ trợ là yếu tố then chốt giúp doanh nghiệp tối ưu hóa chuỗi giá trị. Ví dụ, công nghệ mới được phát triển (hoạt động hỗ trợ) có thể giúp cải thiện quá trình sản xuất (hoạt động sơ cấp), từ đó tạo ra sản phẩm chất lượng cao hơn với chi phí thấp hơn. Tương tự, việc quản lý tốt nguồn nhân lực có thể tăng cường hiệu quả vận hành, đồng thời nâng cao sự hài lòng của khách hàng thông qua dịch vụ sau bán hàng.

Với bản chất của chuỗi giá trị được liệt kê bởi những yếu tố ở trên, đặc điểm của chuỗi giá trị được liệt kê bởi 5 đặc điểm chính sau:

*Tính liên kết giữa các khâu*

Tính liên kết trong chuỗi giá trị là yếu tố cốt lõi đảm bảo sự hoạt động hiệu quả của toàn bộ hệ thống. Sự liên kết này không chỉ tồn tại giữa các khâu sản xuất mà còn mở rộng tới các đối tác bên ngoài, bao gồm nhà cung cấp nguyên liệu, đơn vị vận chuyển, nhà phân phối và khách hàng cuối cùng. Trong chuỗi giá trị, mỗi khâu vừa là đầu ra của khâu trước, vừa là đầu vào của khâu sau, tạo nên một dòng chảy liên

tục từ đầu đến cuối. Nếu một khâu gặp trục trặc, toàn bộ chuỗi giá trị có thể bị gián đoạn, gây tổn thất về thời gian và chi phí. Do đó, việc thiết lập các cơ chế liên lạc hiệu quả, sử dụng công nghệ thông tin và tự động hóa trong quản lý chuỗi cung ứng đóng vai trò quan trọng trong việc duy trì sự liên kết giữa các khâu.

*Gia tăng giá trị tại từng khâu*

Mỗi giai đoạn trong chuỗi giá trị đều góp phần làm tăng giá trị cho sản phẩm hoặc dịch vụ thông qua các hoạt động cụ thể. Ví dụ, trong khâu sản xuất, giá trị được tăng thêm thông qua việc lựa chọn nguyên liệu chất lượng, áp dụng công nghệ hiện đại và tối ưu hóa quy trình sản xuất để giảm chi phí và nâng cao chất lượng sản phẩm. Ở khâu phân phối, giá trị được nâng cao thông qua việc cải thiện dịch vụ giao hàng, mở rộng mạng lưới bán lẻ hoặc xây dựng các chiến lược marketing hiệu quả. Ngoài ra, việc đầu tư vào nghiên cứu và phát triển (R&D) cũng giúp tạo ra các sản phẩm hoặc dịch vụ mới, mang lại giá trị vượt trội so với đối thủ cạnh tranh. Từng khâu trong chuỗi giá trị đều phải được tối ưu hóa để đảm bảo rằng sản phẩm cuối cùng đạt được chất lượng tốt nhất với chi phí hợp lý.

*Tính phối hợp và đồng bộ*

Đồng bộ hóa trong chuỗi giá trị đòi hỏi các thành phần tham gia phải hoạt động như một khối thống nhất. Điều này yêu cầu sự hợp tác chặt chẽ không chỉ về mặt kỹ thuật mà còn về chiến lược kinh doanh. Các bên tham gia cần chia sẻ thông tin, dữ liệu về dự báo nhu cầu, mức tồn kho, thời gian giao hàng và các kế hoạch sản xuất. Việc sử dụng các công cụ quản lý chuỗi cung ứng hiện đại, chẳng hạn như Quản lý chuỗi cung ứng, giúp các bên dễ dàng tích hợp thông tin và phối hợp hành động. Khi tất cả các khâu hoạt động đồng bộ, chuỗi giá trị không chỉ giảm được rủi ro như hàng tồn kho dư thừa hay giao hàng chậm trễ mà còn gia tăng đáng kể khả năng cạnh tranh của sản phẩm hoặc dịch vụ.

*Hướng tới thị trường và người tiêu dùng*

Chuỗi giá trị luôn đặt người tiêu dùng ở vị trí trung tâm. Mọi hoạt động trong chuỗi đều được thiết kế để đáp ứng tối ưu nhu cầu và mong muốn của khách hàng. Điều này bao gồm việc nghiên cứu kỹ lưỡng thị trường, hiểu rõ các xu hướng tiêu dùng và tùy chỉnh sản phẩm hoặc dịch vụ sao cho phù hợp với từng phân khúc khách hàng. Ví dụ, nếu người tiêu dùng ưu tiên tính bền vững, các doanh nghiệp trong chuỗi giá trị sẽ tập trung vào việc sử dụng nguyên liệu thân thiện với môi trường hoặc áp dụng quy trình sản xuất xanh. Ngoài ra, sự tương tác thường xuyên với khách hàng thông qua các kênh truyền thông và các nền tảng kỹ thuật số cũng giúp doanh nghiệp thu thập phản hồi nhanh chóng, từ đó cải tiến sản phẩm để đáp ứng tốt hơn nhu cầu của thị trường.

*Yêu cầu đổi mới và thích ứng*

Chuỗi giá trị không bao giờ là một hệ thống tĩnh mà luôn thay đổi để phù hợp với những biến động trong môi trường kinh doanh. Các yếu tố như tiến bộ công nghệ, thay đổi chính sách, biến động kinh tế và các xu hướng tiêu dùng mới buộc các doanh nghiệp phải liên tục đổi mới và điều chỉnh chiến lược. Ví dụ, sự phát triển của thương mại điện tử đã thay đổi cách các doanh nghiệp phân phối sản phẩm, đòi hỏi chuỗi giá trị phải tích hợp các công cụ kỹ thuật số như hệ thống quản lý đơn hàng trực tuyến và logistics thông minh. Đổi mới còn có thể đến từ việc áp dụng công nghệ AI để dự báo nhu cầu, sử dụng robot trong sản xuất hoặc triển khai blockchain để tăng cường tính minh bạch trong chuỗi cung ứng. Những doanh nghiệp và chuỗi giá trị nào có khả năng thích ứng nhanh chóng sẽ không chỉ tồn tại mà còn phát triển mạnh mẽ trong môi trường kinh doanh đầy cạnh tranh.

## 2.2. Các tác nhân tham gia trong chuỗi giá trị

Trong chuỗi giá trị, các tác nhân đóng vai trò quan trọng trong việc xây dựng, duy trì và tối ưu hóa các hoạt động kinh doanh. Mỗi tác nhân tham gia vào một hoặc nhiều giai đoạn cụ thể của chuỗi giá

trị, từ việc cung cấp nguyên liệu thô đến phân phối sản phẩm cuối cùng cho người tiêu dùng. Họ không chỉ thực hiện chức năng của mình mà còn liên kết và tương tác với các tác nhân khác để đảm bảo tính liền mạch và hiệu quả của chuỗi.

*Nhà cung cấp nguyên liệu đầu vào*

Nhà cung cấp nguyên liệu là tác nhân đầu tiên và nền tảng trong chuỗi giá trị. Họ đảm bảo cung cấp các nguyên liệu cần thiết để bắt đầu quá trình sản xuất. Chất lượng, tính sẵn có và giá thành của nguyên liệu đầu vào ảnh hưởng lớn đến hiệu quả và giá trị của các giai đoạn tiếp theo trong chuỗi. Ví dụ, trong chuỗi giá trị sản xuất lúa gạo, các nhà cung cấp giống lúa chất lượng cao như giống lúa chịu mặn hoặc giống lúa ngắn ngày giúp nông dân đối phó với biến đổi khí hậu, tăng năng suất và giảm chi phí sản xuất. Tương tự, các công ty cung cấp phân bón hữu cơ đang ngày càng được ưa chuộng do phù hợp với xu hướng sản xuất nông nghiệp bền vững, bảo vệ môi trường và đáp ứng nhu cầu của thị trường quốc tế.

*Nhà sản xuất*

Nhà sản xuất là tác nhân chủ chốt chịu trách nhiệm biến đổi nguyên liệu thô thành sản phẩm hoàn thiện hoặc dịch vụ có giá trị. Đây là nơi tạo ra giá trị trực tiếp thông qua các hoạt động như gia công, lắp ráp, chế biến và kiểm tra chất lượng. Nhà sản xuất không chỉ tập trung vào việc sản xuất mà còn phải tối ưu hóa quy trình để giảm chi phí, nâng cao năng suất và đảm bảo tính bền vững. Chẳng hạn, trong ngành công nghiệp thực phẩm, nhà sản xuất sẽ biến đổi nông sản như lúa gạo hoặc trái cây thành các sản phẩm chế biến như gạo đóng gói hoặc nước ép đóng chai. Hay trong chuỗi giá trị thanh long tại Việt Nam, nông dân tại Bình Thuận – thủ phủ thanh long – tập trung vào việc áp dụng các quy trình sản xuất theo tiêu chuẩn VietGAP hoặc GlobalGAP. Các hợp tác xã hỗ trợ nông dân trong việc tiếp cận kỹ thuật canh tác hiện đại, mua chung đầu vào với giá rẻ hơn và bán sản phẩm với giá cao hơn thông qua thương lượng tập thể với các công ty thu mua.

*Nhà chế biến*

Nhà chế biến là tác nhân chịu trách nhiệm gia tăng giá trị cho nông sản thông qua các hoạt động như sơ chế, đóng gói, chế biến sâu và kiểm tra chất lượng. Vai trò của họ đặc biệt quan trọng trong việc nâng cấp sản phẩm, đáp ứng các tiêu chuẩn quốc tế và mở rộng thị trường tiêu thụ. Ví dụ, trong chuỗi giá trị xoài, các nhà máy chế biến tại Đồng Tháp không chỉ sơ chế và đóng gói xoài tươi để xuất khẩu mà còn chế biến các sản phẩm giá trị gia tăng như xoài sấy dẻo, nước ép xoài và mứt xoài. Những sản phẩm này không chỉ giúp tăng giá trị kinh tế mà còn giảm thiểu lãng phí, đặc biệt trong các mùa thu hoạch cao điểm khi nguồn cung dư thừa.

*Nhà phân phối và trung gian*

Nhà phân phối và các trung gian thương mại đóng vai trò cầu nối giữa nhà sản xuất và người tiêu dùng. Họ chịu trách nhiệm quản lý việc lưu kho, vận chuyển và phân phối sản phẩm đến các nhà bán lẻ hoặc trực tiếp đến người tiêu dùng. Những tác nhân này không chỉ đảm bảo sản phẩm có mặt đúng nơi, đúng thời điểm mà còn phải quản lý chi phí logistics để giữ giá thành hợp lý. Ví dụ, trong chuỗi giá trị rau củ quả, các doanh nghiệp logistics chuyên nghiệp như Vina T&T Group đảm bảo việc vận chuyển nhanh chóng rau quả từ vườn đến các siêu thị lớn hoặc xuất khẩu sang Mỹ, EU mà không làm giảm chất lượng sản phẩm. Ngoài ra, các trung gian thương mại cũng đóng vai trò quan trọng trong việc kết nối giữa nông dân nhỏ lẻ và thị trường tiêu thụ lớn, đặc biệt tại các chợ đầu mối.

*Nhà bán lẻ*

Nhà bán lẻ là tác nhân cuối cùng trước khi sản phẩm đến tay người tiêu dùng. Họ không chỉ bán sản phẩm mà còn là kênh truyền thông giữa doanh nghiệp và khách hàng. Ví dụ, tại Việt Nam, các hệ thống siêu thị như WinMart hoặc Co.opmart không chỉ bán nông sản tươi sống mà còn có khu vực trưng bày sản phẩm chế biến từ nông sản Việt như nước ép trái cây, snack từ khoai lang, hoặc trà từ hoa atiso.

Trong khi đó, các nền tảng thương mại điện tử như Lazada và Shopee đã mở rộng khả năng tiếp cận nông sản tới người tiêu dùng thành thị, hỗ trợ nông dân bán hàng trực tiếp mà không cần qua nhiều khâu trung gian.

*Người tiêu dùng*

Người tiêu dùng là điểm cuối cùng trong chuỗi giá trị và cũng là trọng tâm mà toàn bộ chuỗi giá trị hướng tới. Vai trò của họ không chỉ là người mua hàng mà còn là người quyết định giá trị thực sự của sản phẩm thông qua sự sẵn lòng chi trả. Ví dụ, tại thị trường châu Âu, người tiêu dùng có xu hướng lựa chọn các sản phẩm nông sản hữu cơ và sẵn sàng trả giá cao hơn để đảm bảo an toàn sức khỏe và bảo vệ môi trường. Điều này thúc đẩy các nông dân tại Việt Nam chuyển đổi sang mô hình canh tác hữu cơ, đồng thời khuyến khích các doanh nghiệp chế biến và xuất khẩu nâng cấp công nghệ, đáp ứng các tiêu chuẩn quốc tế khắt khe.

*Các tổ chức hỗ trợ và quản lý*

Ngoài các tác nhân chính, chuỗi giá trị còn được hỗ trợ bởi các tổ chức như cơ quan quản lý, tổ chức tài chính và các tổ chức nghiên cứu. Các cơ quan quản lý đặt ra các quy định về chất lượng sản phẩm, an toàn lao động và bảo vệ môi trường, tạo điều kiện cho hoạt động kinh doanh phát triển bền vững. Ví dụ, tại Việt Nam, các tiêu chuẩn VietGAP trong sản xuất nông nghiệp đã giúp cải thiện chất lượng sản phẩm và nâng cao năng lực cạnh tranh cho nông dân. Các tổ chức tài chính như Agribank cung cấp vốn vay ưu đãi cho nông dân và doanh nghiệp, giúp họ đầu tư vào công nghệ tiên tiến, mở rộng quy mô sản xuất và nâng cao năng lực cạnh tranh.

Tóm lại, mỗi tác nhân trong chuỗi giá trị đều đóng vai trò thiết yếu và không thể thay thế trong việc xây dựng giá trị tổng thể. Sự phối hợp hiệu quả giữa các tác nhân này không chỉ đảm bảo tính liền mạch của chuỗi giá trị mà còn góp phần nâng cao năng lực cạnh tranh và thúc đẩy phát triển bền vững. Việc hiểu rõ vai trò, trách nhiệm và sự

tương tác của từng tác nhân là chìa khóa giúp doanh nghiệp tối ưu hóa chuỗi giá trị và đáp ứng nhu cầu ngày càng cao của thị trường.

## 2.3. Phân tích chuỗi giá trị

### *2.3.1. Khái niệm và vai trò của phân tích chuỗi giá trị*

Phân tích chuỗi giá trị là quá trình đánh giá và phân tích các hoạt động mà một tổ chức hoặc ngành thực hiện để tạo ra sản phẩm hoặc dịch vụ từ khi bắt đầu đến khi sản phẩm đến tay người tiêu dùng. Phân tích này tập trung vào việc xác định và tối ưu hóa các giai đoạn tạo ra giá trị trong chuỗi, từ việc cung cấp nguyên liệu đầu vào, sản xuất, chế biến, phân phối, cho đến tiêu thụ. Mục tiêu là nâng cao hiệu quả hoạt động, giảm chi phí, gia tăng giá trị gia tăng và tối ưu hóa sự phối hợp giữa các tác nhân trong chuỗi. Hiểu một cách đơn giản, phân tích chuỗi giá trị được hiểu như là quá trình phân chia chuỗi thành nhiều giai đoạn khác nhau để phân tích cấu trúc và chức năng của chuỗi (UNIDO, 2009).

Trong bối cảnh toàn cầu hóa và sự phân chia lao động toàn cầu ngày càng mở rộng, phân tích chuỗi giá trị trở thành công cụ quan trọng giúp các doanh nghiệp và nền kinh tế quốc gia nâng cao năng lực cạnh tranh, tối ưu hóa hiệu quả sản xuất và gia tăng giá trị kinh tế. Chuỗi giá trị không chỉ là sự kết nối giữa các hoạt động trong một doanh nghiệp mà còn phản ánh mối quan hệ giữa các tác nhân trong toàn bộ hệ thống sản xuất, từ khâu cung ứng nguyên liệu, chế biến, sản xuất, phân phối đến tiêu thụ cuối cùng. Khi chuỗi cung ứng toàn cầu ngày càng trở nên phức tạp và có tính liên kết cao, các doanh nghiệp muốn tham gia thị trường quốc tế buộc phải hiểu rõ cách vận hành và tối ưu hóa chuỗi giá trị để có thể gia nhập thị trường một cách hiệu quả (Kaplinsky và Morris, 2000). Một trong những điều kiện tiên quyết để nâng cao năng lực cạnh tranh là đảm bảo hiệu quả trong sản xuất, đồng thời tận dụng các cơ hội thương mại, lợi thế về nguồn lực và chính sách hỗ trợ từ chính phủ. Nhờ vào phân tích chuỗi giá trị, doanh nghiệp có thể xác định các lợi thế cạnh tranh cốt lõi, cải thiện

chiến lược kinh doanh và đảm bảo tăng trưởng thu nhập bền vững. Hơn nữa, phân tích chuỗi giá trị còn có vai trò quan trọng trong hoạch định chính sách, giúp chính phủ hiểu rõ tác động của chuỗi sản xuất đối với nền kinh tế, từ đó đề ra các chính sách hỗ trợ phù hợp nhằm thúc đẩy các ngành công nghiệp chủ chốt, nâng cao giá trị gia tăng và đảm bảo tăng trưởng kinh tế một cách bền vững. Không chỉ tập trung vào khía cạnh kinh tế, phân tích chuỗi giá trị còn giúp đánh giá tác động xã hội và môi trường của quá trình sản xuất, từ đó xây dựng các chiến lược phát triển kinh tế - xã hội toàn diện, bền vững và công bằng hơn (Kaplinsky và Morris, 2000; Macfadyen và cs., 2012). Trong bối cảnh biến đổi khí hậu, bất ổn kinh tế và sự gián đoạn chuỗi cung ứng do khủng hoảng toàn cầu, việc sử dụng phân tích chuỗi giá trị không chỉ giúp doanh nghiệp và chính phủ xây dựng chiến lược phát triển dài hạn mà còn đóng vai trò quan trọng trong việc định hướng sản xuất bền vững, tối ưu hóa sử dụng nguồn lực và đảm bảo ổn định kinh tế - xã hội.

Bên cạnh vai trò trong việc nâng cao năng lực sản xuất và hiệu quả kinh tế, phân tích chuỗi giá trị còn là nền tảng quan trọng cho chiến lược nâng cấp chuỗi giá trị, giúp doanh nghiệp và nền kinh tế gia tăng vị thế cạnh tranh trên thị trường quốc tế. Việc nâng cấp chuỗi giá trị không chỉ đơn thuần là cải thiện năng suất mà còn đòi hỏi sự đổi mới trong quy trình sản xuất, nâng cấp chất lượng sản phẩm và mở rộng các hoạt động tạo ra giá trị gia tăng (Riisgaard và cs., 2010). Quá trình nâng cấp chuỗi giá trị có thể diễn ra theo nhiều hướng, bao gồm nâng cấp quy trình (tối ưu hóa công nghệ sản xuất để cải thiện hiệu suất), nâng cấp sản phẩm (đổi mới sản phẩm để tăng giá trị), nâng cấp chức năng (mở rộng vai trò của doanh nghiệp trong chuỗi giá trị, chẳng hạn như tham gia vào hoạt động thiết kế, marketing) và nâng cấp chuỗi giá trị (chuyển đổi sang chuỗi giá trị có lợi nhuận cao hơn). Nhờ vào khả năng tiếp cận linh hoạt của phân tích chuỗi giá trị, các nhà quản lý có thể xây dựng chiến lược phát triển chuỗi giá trị bền vững, giúp doanh nghiệp không chỉ nâng cao hiệu quả sản xuất mà còn tạo ra những lợi thế cạnh tranh lâu dài (Linkov và cs., 2020).

Phân tích chuỗi giá trị trong sản xuất nông nghiệp là một công cụ quan trọng để xác định và tối ưu hóa các hoạt động tại mỗi giai đoạn sản xuất, chế biến và phân phối. Điều này đặc biệt cần thiết trong bối cảnh ngành nông nghiệp phải đối mặt với nhiều thách thức như biến đổi khí hậu, chi phí sản xuất gia tăng và nhu cầu tiêu dùng ngày càng cao về chất lượng và an toàn thực phẩm. Thông qua phân tích chuỗi giá trị, các nhà quản lý và doanh nghiệp có thể nhận diện những khâu tạo ra giá trị lớn nhất, đồng thời phát hiện các điểm yếu hoặc lãng phí trong chuỗi. Ví dụ, nếu tổn thất sau thu hoạch chiếm tỷ lệ lớn trong chuỗi giá trị lúa gạo, việc đầu tư vào hệ thống bảo quản và vận chuyển hiện đại có thể giúp giảm thiểu tổn thất này, từ đó nâng cao giá trị kinh tế và khả năng cạnh tranh.

Ngoài ra, phân tích chuỗi giá trị còn giúp các bên liên quan trong ngành nông nghiệp - từ nông dân, doanh nghiệp chế biến, đến nhà phân phối – có cái nhìn tổng thể về sự liên kết và phụ thuộc lẫn nhau. Điều này thúc đẩy việc hợp tác, áp dụng các tiêu chuẩn sản xuất bền vững và tận dụng tốt hơn các nguồn lực. Ví dụ, trong chuỗi giá trị rau quả xuất khẩu, việc hiểu rõ yêu cầu của thị trường quốc tế về tiêu chuẩn GlobalGAP hoặc truy xuất nguồn gốc giúp các doanh nghiệp Việt Nam không chỉ nâng cao chất lượng sản phẩm mà còn xây dựng thương hiệu mạnh trên thị trường toàn cầu. Qua đó, phân tích chuỗi giá trị không chỉ là công cụ quản lý mà còn là chiến lược dài hạn để nâng cao giá trị gia tăng và phát triển bền vững ngành nông nghiệp.

### *2.3.2. Các bước và nội dung phân tích chuỗi giá trị*

Phân tích chuỗi giá trị là một công cụ mạnh mẽ để hiểu và tối ưu hóa quá trình tạo ra giá trị từ sản phẩm hoặc dịch vụ, giúp các doanh nghiệp và tổ chức nâng cao hiệu quả hoạt động. Việc phân tích này không chỉ tập trung vào các hoạt động trong chuỗi mà còn cần xác định và đánh giá các tác nhân liên quan, cũng như mối quan hệ giữa chúng. Đồng thời, quá trình này còn giúp nhận diện các cơ hội và thách thức, từ đó đưa ra các chiến lược cải tiến và phát triển.

Phân tích chuỗi giá trị là một phương pháp tiếp cận quan trọng giúp doanh nghiệp, tổ chức và các nhà hoạch định chính sách hiểu rõ hơn về cách thức hoạt động của một hệ thống sản xuất - kinh doanh. Thông qua việc xác định các tác nhân tham gia, đánh giá chức năng, mối quan hệ giữa các bên liên quan và phân tích dòng chảy của sản phẩm, thông tin và tài chính trong chuỗi, quá trình này giúp tối ưu hóa hiệu suất hoạt động cũng như gia tăng giá trị cho từng khâu trong chuỗi. Khi thực hiện phân tích chuỗi giá trị, mục tiêu chính không chỉ dừng lại ở việc xác định ai tham gia vào chuỗi mà còn đi sâu vào cách họ đóng góp vào quá trình tạo giá trị, những lợi ích và thách thức họ gặp phải, cũng như những cơ hội cải thiện. Đặc biệt, việc xem xét các tác nhân bên ngoài như chính phủ, tổ chức tài trợ, hiệp hội ngành hàng hay các tổ chức tài chính cũng đóng vai trò quan trọng trong việc hiểu rõ các yếu tố ảnh hưởng đến chuỗi giá trị.

Chi tiết các bước quan trọng trong phân tích chuỗi giá trị, cùng với các lý thuyết và phương pháp thực hiện giúp nâng cao hiệu suất và giá trị gia tăng trong chuỗi được trình bày như sau:

Theo UNIDO (2009), quá trình phân tích chuỗi giá trị bao gồm một số bước quan trọng sau:

- Xác định các tác nhân liên quan và mối quan hệ giữa họ: Trước tiên, cần xác định rõ các tác nhân tham gia vào từng giai đoạn của chuỗi giá trị, bao gồm nhà sản xuất, nhà cung cấp, nhà phân phối, doanh nghiệp chế biến, người tiêu dùng,… Đồng thời, cần đánh giá mối quan hệ giữa các tác nhân này để hiểu cách họ tác động đến hiệu quả hoạt động của chuỗi.

- Xác định cấu trúc quản trị chuỗi giá trị: Đây là bước phân tích cách thức chuỗi giá trị được kiểm soát và điều phối, bao gồm các hình thức hợp tác, mức độ quyền lực giữa các bên, cũng như cơ chế quản lý giữa các tác nhân trong chuỗi.

- Xác định các hoạt động tạo giá trị gia tăng: Phân tích chuỗi giá trị giúp xác định các hoạt động then chốt đóng góp vào giá trị gia tăng,

từ đó tối ưu hóa từng công đoạn nhằm nâng cao chất lượng sản phẩm/dịch vụ.

- Phân tích chi phí và giá trị gia tăng: Đây là bước đánh giá các chi phí phát sinh trong từng giai đoạn của chuỗi và so sánh với giá trị gia tăng để xác định những điểm có thể tối ưu hóa chi phí hoặc nâng cao giá trị.

- Đánh giá dòng chảy sản phẩm, thông tin và tài chính: Việc phân tích dòng chảy này giúp xác định những nút thắt trong chuỗi và tìm kiếm cơ hội cải thiện hiệu suất hoạt động.

- Xác định cơ hội và thách thức: Dựa trên các phân tích trên, các vấn đề tồn tại và cơ hội phát triển của chuỗi giá trị sẽ được làm rõ, làm cơ sở cho việc đề xuất giải pháp tối ưu hóa chuỗi giá trị.

Ngoài ra, theo Macfadyen và cs. (2011), quá trình phân tích chuỗi giá trị có thể được chia thành sáu bước cụ thể hơn:

- Xem xét bối cảnh trong nước và thị trường nơi chuỗi giá trị vận hành, bao gồm phân tích xu hướng kinh tế, nhu cầu thị trường, chính sách và các yếu tố tác động khác.

- Xây dựng bản đồ chuỗi giá trị, trong đó mô tả rõ các tác nhân, dòng chảy hàng hóa, việc làm, doanh thu, lợi ích và giá trị sản phẩm trong chuỗi.

- Đánh giá hiệu suất của chuỗi giá trị, bao gồm việc phân tích những thay đổi theo thời gian, hiệu quả hoạt động của từng tác nhân và năng lực cạnh tranh của chuỗi.

- Xác định những thách thức và yếu tố ảnh hưởng đến giá trị gia tăng, chẳng hạn như rào cản về công nghệ, tài chính, chính sách hay năng suất lao động.

- Đề xuất giải pháp để vượt qua các thách thức nhằm nâng cao giá trị gia tăng và cải thiện hiệu quả hoạt động.

- Xây dựng chiến lược thực hiện, từ đó đưa ra các bước hành động cụ thể để cải thiện chuỗi giá trị trong thực tế.

Bên cạnh các bước phân tích, sáu hợp phần cốt lõi trong chuỗi giá trị cũng cần được xem xét để có cái nhìn toàn diện hơn về hoạt động của chuỗi. Theo Gereffi và Fernandez-Stark (2016), sáu hợp phần quan trọng bao gồm:

- *Cấu trúc đầu vào - đầu ra:* Hợp phần này mô tả quá trình chuyển đổi từ các yếu tố đầu vào (nguyên vật liệu, nhân công, công nghệ,…) thành hàng hóa, sản phẩm hay dịch vụ. Đây là nền tảng để xác định các hoạt động chính trong chuỗi và phân tách các giai đoạn quan trọng, từ khâu sản xuất, chế biến, phân phối cho đến tiêu dùng.

- *Quy mô địa lý:* Phạm vi hoạt động của chuỗi giá trị có thể ở cấp địa phương, quốc gia hay toàn cầu. Việc phân tích quy mô địa lý giúp hiểu rõ sự phân bố của chuỗi, dòng chảy thương mại giữa các khu vực và cách các yếu tố địa lý ảnh hưởng đến hoạt động của chuỗi.

- *Cấu trúc quản trị:* Hợp phần này tập trung vào việc phân tích cơ chế kiểm soát và hợp tác giữa các tác nhân trong chuỗi. Chuỗi giá trị có thể được quản trị theo nhiều cách khác nhau, chẳng hạn như mô hình do doanh nghiệp lớn kiểm soát hay mô hình hợp tác giữa nhiều bên liên quan. Hiểu rõ cấu trúc quản trị giúp xác định ai đang nắm quyền kiểm soát và làm thế nào để tối ưu hóa mối quan hệ giữa các bên.

- *Nâng cấp chuỗi:* Nâng cấp chuỗi giá trị là quá trình các tác nhân trong chuỗi chuyển đổi giá trị từ mức thấp lên cao thông qua việc cải thiện công nghệ, kỹ năng, mô hình kinh doanh hoặc sản phẩm. Việc nâng cấp này có thể diễn ra theo nhiều cách, từ nâng cấp quy trình sản xuất, phát triển sản phẩm mới cho đến nâng cao khả năng tiếp cận thị trường.

- *Bối cảnh thể chế:* Chuỗi giá trị không hoạt động trong môi trường cô lập mà chịu sự ảnh hưởng của các yếu tố kinh tế, xã hội và thể chế. Các chính sách của chính phủ, các quy định pháp luật, hệ thống tài chính và các yếu tố văn hóa – xã hội có thể tác động lớn đến cách chuỗi vận hành.

- *Các bên liên quan:* Phân tích chuỗi giá trị không chỉ tập trung vào các tác nhân trực tiếp tham gia vào chuỗi mà còn cần xem xét các bên liên quan như chính phủ, tổ chức tài trợ, hiệp hội ngành hàng và các nhóm cộng đồng. Những tác nhân này có thể đóng vai trò hỗ trợ hoặc tạo ra các rào cản đối với sự phát triển của chuỗi giá trị.

### *2.3.3. Các cách tiếp cận phân tích chuỗi giá trị*

Trong bối cảnh kinh tế ngày càng phức tạp và cạnh tranh gay gắt, việc phân tích chuỗi giá trị đã trở thành một công cụ quan trọng để hiểu và tối ưu hóa các hoạt động tạo giá trị trong doanh nghiệp và nền kinh tế. Các cách tiếp cận khác nhau cung cấp những góc nhìn độc đáo, từ việc phân tích nội bộ doanh nghiệp, đánh giá dòng chảy vật chất và kinh tế trong chuỗi hàng hóa, đến khám phá mối quan hệ phức tạp giữa các mắt xích trong chuỗi giá trị toàn cầu. Khung khái niệm của Porter (1985), cách tiếp cận Filière và cách tiếp cận chuỗi giá trị toàn cầu (Kaplinsky, 1999; Gereffi,1994, 1999, 2003) đều mang lại những phương pháp cụ thể để xác định các yếu tố tạo giá trị, nâng cao hiệu quả hoạt động và tăng cường lợi thế cạnh tranh. Mỗi cách tiếp cận này không chỉ đáp ứng các mục tiêu khác nhau của doanh nghiệp mà còn đóng góp vào việc hoạch định chiến lược kinh doanh và phát triển kinh tế bền vững (Khai, 2011).

*Cách tiếp cận theo khung khái niệm của M. Porter (1985), phân tích chuỗi giá trị nội bộ*

Khung khái niệm của Michael Porter, được giới thiệu vào năm 1985, cung cấp một cách tiếp cận cụ thể tập trung vào các hoạt động nội bộ trong doanh nghiệp để phân tích chuỗi giá trị. Theo Porter, chuỗi giá trị là một chuỗi các hoạt động liên quan mà doanh nghiệp thực hiện để tạo ra sản phẩm hoặc dịch vụ, qua đó đạt được lợi thế cạnh tranh. Cách tiếp cận này nhằm tách biệt các hoạt động bên trong doanh nghiệp để xác định các hoạt động mang lại giá trị cao nhất hoặc giảm chi phí hiệu quả nhất, từ đó cải thiện khả năng cạnh tranh trên thị trường. Phương pháp phân tích chuỗi giá trị của Porter

tập trung vào việc nhận diện và tối ưu hóa các hoạt động cốt lõi như sản xuất, tiếp thị, phân phối và các hoạt động hỗ trợ như quản trị nguồn nhân lực, phát triển công nghệ và cơ sở hạ tầng. Mục tiêu của cách tiếp cận này là cung cấp thông tin để hỗ trợ quyết định quản lý và xây dựng chiến lược, giúp doanh nghiệp không chỉ nâng cao hiệu suất mà còn cải thiện vị thế cạnh tranh trong ngành. Trong bối cảnh kinh doanh ngày càng phức tạp, việc hiểu rõ nội bộ và tối ưu hóa các quy trình bên trong doanh nghiệp có thể quyết định thành công hay thất bại của một tổ chức.

*Cách tiếp cận Filière, phân tích chuỗi hàng hóa (Commodity Chain Analysis - CCA)*

Cách tiếp cận Filière, còn được gọi là phân tích chuỗi hàng hóa, tập trung vào việc mô tả và đánh giá toàn bộ dòng chảy hàng hóa từ nguyên liệu thô đến sản phẩm cuối cùng, cũng như các mối quan hệ định lượng và vật chất trong chuỗi. Đây là một cách tiếp cận toàn diện, giúp lập bản đồ các luồng vật chất và sự biến đổi sản phẩm qua từng giai đoạn trong chuỗi giá trị. Phương pháp này có hai hướng tiếp cận chính. Thứ nhất là đánh giá kinh tế và tài chính, bao gồm phân tích sự tạo ra và phân phối thu nhập trong ngành. Hướng này bao gồm việc phân tích chi phí và lợi ích giữa các thành phần thương mại trong nước và quốc tế, cũng như đánh giá vai trò của ngành đối với nền kinh tế quốc gia thông qua đóng góp vào GDP. Thứ hai là phân tích chiến lược, tập trung vào việc hiểu mối quan hệ giữa mục tiêu, rào cản và kết quả của từng tác nhân trong ngành. Phân tích này giúp phát triển các chiến lược cá nhân và tập thể, hỗ trợ các bên tham gia đưa ra quyết định hiệu quả hơn. Cách tiếp cận Filière đặc biệt hữu ích trong phân tích các ngành công nghiệp nông nghiệp hoặc sản xuất phức tạp, nơi việc hiểu rõ luồng vật chất và các mối quan hệ kinh tế có thể giúp tối ưu hóa hiệu quả sản xuất và phân phối giá trị.

*Cách tiếp cận chuỗi giá trị toàn cầu (Global Value Chain Approach)*

Cách tiếp cận chuỗi giá trị toàn cầu tập trung vào việc hiểu cách các doanh nghiệp, khu vực và quốc gia tham gia vào nền kinh tế toàn

cầu. Đây là một cách tiếp cận rộng hơn, phân tích các yếu tố quyết định sự phân phối thu nhập toàn cầu và cách tổng thu nhập trong chuỗi giá trị được chia sẻ giữa các tác nhân tham gia. Phương pháp này đặc biệt hữu ích trong việc đánh giá các chuỗi giá trị xuyên quốc gia, nơi sản phẩm hoặc dịch vụ được sản xuất, chế biến và phân phối tại nhiều quốc gia. Một đặc điểm nổi bật của cách tiếp cận này là phân tích sự phân phối thu nhập trong chuỗi giá trị, từ tiền lương trả cho người lao động, lợi nhuận của doanh nghiệp, đến các yếu tố chi phí khác. Ngoài ra, phương pháp này còn giúp làm rõ cách các quốc gia và khu vực tham gia vào chuỗi giá trị toàn cầu, từ đó nhận diện cơ hội và thách thức trong việc gia tăng giá trị tại từng mắt xích của chuỗi. Cách tiếp cận toàn cầu không chỉ dừng lại ở phân tích các dòng giá trị mà còn bao gồm các rào cản thương mại, tiêu chuẩn quốc tế và các yếu tố quản trị chuỗi giá trị. Điều này giúp doanh nghiệp và các quốc gia phát triển chiến lược phù hợp để cải thiện vị trí của mình trong chuỗi giá trị toàn cầu, từ đó nâng cao khả năng cạnh tranh trên thị trường quốc tế.

Phân tích chuỗi giá trị là một công cụ quan trọng để hiểu và cải thiện các hoạt động kinh tế trong bất kỳ ngành nào. Mặc dù các cách tiếp cận khác nhau có thể tồn tại, bốn kỹ thuật chính dưới đây giúp tạo nên nền tảng phân tích hiệu quả và toàn diện:

*Sơ đồ hóa mang tính hệ thống*

Sơ đồ hóa mang tính hệ thống là bước đầu tiên trong quá trình phân tích chuỗi giá trị, nhằm cung cấp một cái nhìn toàn diện và chi tiết về cách các yếu tố khác nhau trong chuỗi giá trị tương tác với nhau. Kỹ thuật này tập trung vào việc xác định và mô tả các tác nhân tham gia sản xuất, phân phối, tiếp thị và bán sản phẩm, từ đó xây dựng một bức tranh tổng quan về cấu trúc chuỗi giá trị. Các tác nhân có thể bao gồm nông dân, nhà chế biến, nhà bán buôn, nhà bán lẻ và người tiêu dùng cuối cùng. Mỗi tác nhân có vai trò và ảnh hưởng riêng đối với chuỗi giá trị, do đó cần được phân tích chi tiết để hiểu rõ các mối liên kết, dòng hàng hóa và các đặc điểm kinh tế - xã hội liên quan như cơ cấu lợi nhuận, chi phí và đặc điểm lao động.

Để thu thập thông tin cần thiết, các phương pháp như khảo sát cơ bản, phỏng vấn nhóm, đánh giá nhanh nông thôn có sự tham gia (PRAs) và phỏng vấn không chính thức thường được sử dụng kết hợp với dữ liệu thứ cấp. Những dữ liệu này giúp phân tích các yếu tố như dòng hàng hóa qua các khâu, khối lượng bán hàng trong và ngoài nước, cũng như địa chỉ tiêu thụ sản phẩm. Sơ đồ hóa chuỗi giá trị không chỉ đơn thuần là tạo ra một bản đồ trực quan mà còn là công cụ để xác định các điểm yếu và điểm nghẽn trong chuỗi. Điều này giúp xây dựng các chiến lược cụ thể nhằm cải thiện hiệu quả và tăng cường giá trị gia tăng.

*Xác định sự phân phối lợi ích giữa các tác nhân trong chuỗi*

Xác định sự phân phối lợi ích giữa các tác nhân trong chuỗi giá trị là bước quan trọng để hiểu rõ cách giá trị kinh tế được chia sẻ trong toàn bộ chuỗi. Kỹ thuật này không chỉ tập trung vào việc phân tích giá cả và lợi nhuận qua từng giai đoạn của chuỗi mà còn làm sáng tỏ ai là người được hưởng lợi nhiều nhất từ chuỗi giá trị hiện tại. Ví dụ, nông dân nhỏ lẻ thường nhận được một phần lợi nhuận thấp hơn so với các tác nhân ở khâu chế biến hoặc xuất khẩu, do họ thường không có quyền lực thương lượng mạnh.

Một phần quan trọng của kỹ thuật này là xác định các tác nhân nào có tiềm năng hưởng lợi từ sự hỗ trợ hoặc tái cơ cấu chuỗi giá trị. Những nhóm yếu thế như nông dân nhỏ lẻ hoặc các doanh nghiệp vừa và nhỏ thường có thể được hưởng lợi nếu có sự can thiệp phù hợp, chẳng hạn như hỗ trợ kỹ thuật, tài chính, hoặc tổ chức sản xuất hợp tác. Ngoài ra, phân tích sự phân phối lợi ích cũng giúp nhận diện những bất bình đẳng trong chuỗi giá trị, từ đó xây dựng các giải pháp cụ thể để cân bằng lợi ích giữa các tác nhân, nâng cao tính bền vững và công bằng trong hoạt động kinh tế.

*Nghiên cứu vai trò nâng cấp bên trong chuỗi*

Vai trò của nâng cấp trong chuỗi giá trị rất quan trọng trong việc cải thiện khả năng cạnh tranh và gia tăng giá trị kinh tế. Nâng cấp

chuỗi giá trị có thể được thực hiện thông qua cải tiến chất lượng và thiết kế sản phẩm, giúp các nhà sản xuất tiếp cận các thị trường cao cấp hơn và đạt được giá trị cao hơn. Ví dụ, trong ngành thủy sản, việc áp dụng các tiêu chuẩn quốc tế như ASC (Aquaculture Stewardship Council) hoặc MSC (Marine Stewardship Council) không chỉ giúp tăng giá trị xuất khẩu mà còn cải thiện hình ảnh thương hiệu quốc gia.

Bên cạnh đó, đa dạng hóa sản phẩm cũng là một chiến lược nâng cấp hiệu quả, mở rộng cơ hội tiếp cận thị trường mới và giảm thiểu rủi ro từ việc phụ thuộc vào một loại sản phẩm duy nhất. Tuy nhiên, nâng cấp chuỗi giá trị không chỉ đơn thuần tập trung vào sản phẩm mà còn phải xem xét các yếu tố liên quan như rào cản gia nhập ngành, tiêu chuẩn kỹ thuật và cơ cấu quản trị. Những thách thức này cần được đánh giá kỹ lưỡng để đưa ra các chiến lược phù hợp, giúp nâng cao giá trị kinh tế và khả năng cạnh tranh của chuỗi giá trị.

*Nhấn mạnh vai trò của quản lý trong chuỗi giá trị*

Quản lý hiệu quả là yếu tố cốt lõi giúp chuỗi giá trị vận hành một cách trơn tru và đạt được hiệu quả tối ưu. Một trong những khía cạnh quan trọng của quản lý chuỗi giá trị là cấu trúc và điều phối các mối quan hệ giữa các tác nhân tham gia. Ví dụ, trong ngành nông nghiệp, việc xây dựng các hợp tác xã hoặc liên kết dọc giữa nông dân và doanh nghiệp chế biến có thể giúp cải thiện khả năng tiếp cận thị trường và tối ưu hóa chi phí sản xuất.

Ngoài ra, quản lý cũng liên quan đến việc định hướng chính sách và xây dựng các thể chế hỗ trợ nhằm thúc đẩy sự phát triển của chuỗi giá trị. Các chính sách như hỗ trợ tài chính, ưu đãi thuế, hoặc cải thiện hạ tầng giao thông có thể giúp loại bỏ những "bóp méo" trong phân phối lợi ích và tăng cường giá trị gia tăng trong ngành. Đồng thời, quản lý hiệu quả cũng đòi hỏi sự phối hợp chặt chẽ giữa các bên liên quan, từ chính phủ, doanh nghiệp đến các tổ chức phi chính phủ (NGOs), nhằm đảm bảo tính bền vững và công bằng trong chuỗi giá trị.

Phân tích chuỗi giá trị thông qua bốn kỹ thuật chính cung cấp một cái nhìn toàn diện và sâu sắc về cách thức hoạt động và sự phân phối giá trị trong chuỗi. Từ sơ đồ hóa hệ thống, xác định sự phân phối lợi ích, nghiên cứu nâng cấp, đến nhấn mạnh vai trò quản lý, mỗi kỹ thuật đều mang lại những giá trị cụ thể trong việc xây dựng chiến lược phát triển toàn diện. Khi được áp dụng một cách đồng bộ, các kỹ thuật này không chỉ giúp tối ưu hóa hiệu quả kinh tế mà còn đảm bảo sự bền vững và công bằng trong hoạt động sản xuất và kinh doanh.

## 2.4. Quản trị chuỗi giá trị

### *2.4.1. Khái niệm quản trị chuỗi giá trị*

Quản trị chuỗi giá trị đề cập đến các mối quan hệ giữa người mua, người bán, nhà cung cấp dịch vụ và các cơ quan quản lý hoạt động trong hoặc ảnh hưởng đến một loạt các hoạt động cần thiết để đưa một sản phẩm hoặc dịch vụ từ ý tưởng ban đầu đến khi sử dụng cuối cùng (Gerrefi và cs, 2005). Quản trị chuỗi giá trị liên quan đến quyền lực và khả năng kiểm soát trong chuỗi giá trị - tại bất kỳ điểm nào trong chuỗi, một số cá nhân, doanh nghiệp, tổ chức hoặc cơ quan đặt ra và/hoặc thực thi các tiêu chuẩn mà các tác nhân khác trong chuỗi phải tuân theo.

Các tác nhân trong chuỗi giá trị đặt ra, giám sát và hỗ trợ việc tuân thủ các "quy tắc" liên quan đến từng tiêu chuẩn này. Không phải lúc nào cũng cần một tác nhân duy nhất chịu trách nhiệm cho việc đặt ra, giám sát và hỗ trợ tuân thủ các quy tắc, thường có sự kết hợp giữa các tác nhân đảm nhận những trách nhiệm này. Hơn nữa, các tác nhân khác nhau có thể có mức độ ảnh hưởng lớn hơn hoặc nhỏ hơn khi chuyển từ thị trường địa phương sang thị trường toàn cầu và phạm vi tác động của một tác nhân/hành động có thể đặc thù theo ngành hoặc có tính chất rộng rãi hơn.

Quản trị chuỗi giá trị tồn tại khi một số cá nhân, doanh nghiệp hay tổ chức làm việc dựa trên các tiêu chuẩn do các cá nhân, doanh nghiệp hay tổ chức quyền lực hơn trong chuỗi đặt ra. Tác nhân đặt ra

các tiêu chuẩn mà các tác nhân khác trong chuỗi phải tuân theo được gọi là tác nhân dẫn đầu trong chuỗi giá trị. Các mối quan hệ mà tác nhân dẫn đầu có với các nhà cung cấp của họ có thể mang tính hỗ trợ, nhằm cải thiện khả năng cạnh tranh của ngành thông qua cam kết xây dựng các mối quan hệ lâu dài, đôi bên cùng có lợi, hoặc mang tính chất bóc lột, tập trung vào việc đạt được lợi nhuận ngắn hạn nhanh chóng.

### *2.4.2. Tầm quan trọng của quản trị chuỗi giá trị*

*Quản trị chuỗi giá trị giúp xác định năng lực sản xuất*

Các doanh nghiệp dẫn đầu (lead firms) thường yêu cầu cao về việc giảm chi phí, nâng cao chất lượng và cải thiện hiệu suất giao hàng đúng hạn. Song song với các tiêu chuẩn khắt khe này, các doanh nghiệp dẫn đầu cũng có thể cung cấp kiến thức và hỗ trợ quan trọng cho các doanh nghiệp vừa và nhỏ (MSEs). Các MSEs có thể học hỏi từ các doanh nghiệp dẫn đầu thông qua quan sát hoặc qua việc các doanh nghiệp này trực tiếp truyền đạt các thực hành tốt nhất bằng cách cung cấp dịch vụ tích hợp hoặc hỗ trợ kỹ thuật để nâng cao quy trình sản xuất và kỹ năng cho người lao động. Việc hiểu rõ cách chuỗi giá trị được quản trị giúp các nhà tài trợ và chuyên gia phát triển nhận biết mức độ hỗ trợ mà các doanh nghiệp dẫn đầu có thể cung cấp, từ đó định hình các chiến lược nâng cấp phù hợp cho các MSEs, như đầu tư vào công nghệ sản xuất hoặc đào tạo nguồn nhân lực.

*Tiếp cận thị trường thông qua quản trị chuỗi giá trị*

Mặc dù các quốc gia phát triển đã dỡ bỏ nhiều rào cản thương mại, nhưng các nhà sản xuất tại các quốc gia đang phát triển không dễ dàng tiếp cận được thị trường này. Điều này do chuỗi giá trị thường bị kiểm soát bởi một số ít các người mua quyền lực. Để tham gia vào sản xuất xuất khẩu đến các quốc gia phát triển, các MSEs cần được doanh nghiệp dẫn đầu trong chuỗi giá trị chú ý. Chính các doanh nghiệp này quyết định sản xuất ở đâu và ai sẽ tham gia sản xuất. Việc tiếp cận được doanh nghiệp dẫn đầu đòi hỏi các MSEs phải hiểu cách giao tiếp và đáp ứng các tiêu chuẩn sản xuất mà họ đặt ra. Do đó, phân tích

quản trị chuỗi giá trị không chỉ giúp các nhà sản xuất nhỏ lẻ hiểu rõ các yêu cầu thị trường mà còn cung cấp định hướng để họ xây dựng mối quan hệ và đáp ứng tiêu chuẩn cần thiết.

*Phân phối lợi nhuận trong chuỗi giá trị*

Trong chuỗi giá trị, các hoạt động mang lại lợi nhuận cao nhất thường nằm ở những năng lực vô hình như nghiên cứu và phát triển (R&D), thiết kế và xây dựng thương hiệu. Các hoạt động này có rào cản gia nhập cao và thường thuộc về các doanh nghiệp dẫn đầu. Ngược lại, các doanh nghiệp tại các quốc gia đang phát triển chủ yếu tham gia vào các hoạt động sản xuất hữu hình với rào cản gia nhập thấp, dẫn đến lợi nhuận thấp. Hiểu được cách quản trị chuỗi giá trị giúp các MSEs xác định những hoạt động nào mang lại lợi nhuận cao nhất và cách thức nâng cao giá trị gia tăng từ chuỗi. Điều này đồng nghĩa với việc các doanh nghiệp cần đầu tư vào kỹ năng, công nghệ và xây dựng mối quan hệ để tham gia vào các phân đoạn giá trị cao hơn, thay đổi cách phân phối lợi nhuận trong chuỗi.

*Đòn bẩy cho các sáng kiến chính sách*

Với quyền lực của doanh nghiệp dẫn đầu trong việc áp đặt các tiêu chuẩn sản phẩm và quy trình lên nhà cung cấp, họ trở thành các điểm đòn bẩy quan trọng để các cơ quan chức năng tác động đến chuỗi cung ứng. Hiểu rõ cách quản trị chuỗi giá trị và vai trò của doanh nghiệp dẫn đầu có thể giúp các tổ chức công và tư, chính phủ và phi chính phủ thúc đẩy các tiêu chuẩn lao động, môi trường và sự phân phối lợi nhuận công bằng hơn. Ví dụ, sáng kiến Thương mại Đạo đức (ETI) của Anh, nhằm cải thiện điều kiện làm việc cho lao động nông nghiệp tạm thời, xuất phát từ nghiên cứu về quản trị chuỗi giá trị toàn cầu. Khi uy tín của doanh nghiệp dẫn đầu gắn liền với hành vi của nhà cung cấp, họ có xu hướng đầu tư nhiều hơn vào việc đảm bảo tuân thủ các tiêu chuẩn này, tạo ra các thay đổi tích cực trong chuỗi giá trị.

### *2.4.3. Các mô hình quản trị chuỗi giá trị*

Quản trị bao gồm các quy tắc cụ thể mà các chuỗi giá trị đang vận hành và các chiến lược để liên kết giữa các bên liên quan trong chuỗi. Do đó, "làm thế nào để các tác nhân trong chuỗi vận hành, điều gì đang diễn ra giữa các tác nhân trong chuỗi, điều gì giữ các tác nhân lại với nhau, thông tin nào được chia sẻ, mối quan hệ quyền lực nào tồn tại và mối quan hệ phát triển như thế nào", đây là những câu hỏi liên quan đến quản trị chuỗi và nó được trả lời thông qua việc phân tích chuỗi giá trị (Rosales và cs., 2017). Từ đó, các hợp phần khác nhau của chuỗi giá trị cũng như các khía cạnh thể chế, xã hội liên quan đến sự vận hành của chuỗi được xác định. Hơn nữa, việc phân tích mối quan hệ giữa các tác nhân trong chuỗi góp phần xác định các yếu tố cấu thành mối quan hệ, mục đích mối quan hệ và sức mạnh của các mối quan hệ. Trong đó, cấu trúc của chuỗi giá trị được xác định dựa trên 5 chỉ tiêu bao gồm: tiếp cận thị trường, khả năng sản xuất, phân phối lợi ích, đòn bẩy chính sách và hỗ trợ kỹ thuật (Humphrey và Schmitz, 2001, p20).

Cấu trúc quản trị chuỗi giá trị được phân chia thành hai loại khác nhau bao gồm chuỗi giá trị quản trị bởi người mua và chuỗi giá trị quản trị bởi người sản xuất Gereffi và Memedovic (2003). Trong chuỗi giá trị quản trị bởi người sản xuất, các vai trò trọng tâm trong điều phối mạng lưới sản xuất được thực hiện bởi các nhà sản xuất, liên quan đến các mối liên kết trước và sau theo các giai đoạn khác nhau của chuỗi; ví dụ sản xuất ô tô, máy bay, hay máy tính liên quan đến nguồn vốn và công nghệ chuyên sâu. Trong khi đó, chuỗi giá trị quản trị bởi người mua như người bán lẻ, tác nhân thị trường có vai trò quan trọng trong việc thiết lập mạng lưới sản xuất phi tập trung (Gereffi và Korzeniewicz, 1994). "Cái gì được sản xuất và sản xuất nó như thế nào" là hai thông số quan trọng trong quản trị chuỗi giá trị, điều này được quy định bởi người mua. Mức độ thông số kỹ thuật hoặc bản vẽ chi tiết có thể được cung cấp bởi người mua, sản phẩm

sau đó có thể được sản xuất dựa trên công nghệ và thiết kế cụ thể. Do đó, các tiêu chuẩn cụ thể do người mua yêu cầu có thể góp phần đưa ra các quy trình sản xuất cụ thể, cũng như các quy trình giám sát (Humphrey và Schmitz, 2001). Mặt khác, kiểm soát tại điểm sản xuất, được thực hiện bởi các nhà sản xuất lớn trong chuỗi giá trị do người sản xuất định hướng, trong khi các nhà tiếp thị và bán hàng thực hiện các bước thiết kế và bán lẻ trong chuỗi giá trị do người mua định hướng. Lợi nhuận trong chuỗi do người sản xuất điều khiển có được từ quy mô, khối lượng và tiến bộ công nghệ, trong khi lợi nhuận trong chuỗi do người mua định hướng thu được từ các liên kết nghiên cứu, thiết kế, bán hàng, tiếp thị và dịch vụ tài chính có giá trị cao (Gereffi và Korzeniewicz, 1994). Để hiểu rõ hơn về cấu trúc quản trị đương đại trong chuỗi giá trị, Gereffi và cs. (2005) đã xác định 5 loại hình quản trị:

- Quản trị thị trường: Quản trị thị trường là mô hình quản trị chuỗi giá trị trong đó các giao dịch giữa người mua và người bán được thực hiện một cách độc lập, chủ yếu thông qua cơ chế giá cả mà không cần sự hợp tác chặt chẽ giữa các bên. Trong mô hình này, các thông tin liên quan đến sản phẩm hoặc dịch vụ có thể được tiêu chuẩn hóa và mã hóa một cách dễ dàng, nghĩa là người mua chỉ cần biết các thông số kỹ thuật cơ bản mà không cần trao đổi sâu với nhà cung cấp về quá trình sản xuất hay các yêu cầu bổ sung khác. Điều này thường xảy ra khi sản phẩm có tính tiêu chuẩn cao, ít phức tạp và có thể dễ dàng tìm thấy trên thị trường với nhiều nhà cung cấp khác nhau. Ví dụ, trong ngành hàng tiêu dùng nhanh (FMCG) hoặc các loại nguyên liệu cơ bản như đường, bột mì hay dầu ăn, người mua có thể dễ dàng lựa chọn sản phẩm dựa trên thông tin có sẵn mà không cần đàm phán nhiều với nhà cung cấp. Do mức độ phức tạp trong giao dịch thấp, các doanh nghiệp tham gia vào chuỗi giá trị theo mô hình quản trị thị trường thường có tính linh hoạt cao trong việc thay đổi đối tác, đồng thời không bị ràng buộc bởi các cam kết dài hạn hay sự phụ thuộc vào một nguồn cung cấp duy nhất. Mô hình quản trị thị trường giúp giảm thiểu

chi phí giao dịch và tạo điều kiện cho sự cạnh tranh lành mạnh giữa các nhà cung cấp, vì họ có thể tự do điều chỉnh giá cả và tối ưu hóa sản xuất để đáp ứng nhu cầu thị trường. Tuy nhiên, chính vì tính chất cạnh tranh dựa trên giá cả mà trong nhiều trường hợp, các doanh nghiệp có thể bị áp lực giảm giá để duy trì tính cạnh tranh, điều này có thể ảnh hưởng đến lợi nhuận và chất lượng sản phẩm. Ngoài ra, vì sự phối hợp giữa các bên là không đáng kể, mô hình này thường không phù hợp cho những sản phẩm có yêu cầu phức tạp hoặc cần sự điều chỉnh linh hoạt theo nhu cầu riêng của khách hàng. Một nhược điểm khác của quản trị thị trường là khả năng đổi mới bị hạn chế, do các doanh nghiệp trong chuỗi không có động lực để hợp tác và chia sẻ kiến thức nhằm phát triển sản phẩm mới. Nhìn chung, quản trị thị trường là một mô hình phù hợp trong những ngành có sản phẩm tiêu chuẩn hóa, ít phức tạp và có sự cạnh tranh cao giữa các nhà cung cấp.

- Quản trị mô-đun/Modular: Quản trị mô-đun là một mô hình quản trị chuỗi giá trị trong đó các nhà cung cấp đảm nhận phần lớn trách nhiệm về công nghệ quy trình và sản xuất theo thông số kỹ thuật do khách hàng đặt ra. Trong mô hình này, người mua không tham gia sâu vào quy trình sản xuất mà chỉ đưa ra các yêu cầu cụ thể về sản phẩm hoặc dịch vụ, trong khi nhà cung cấp phải đảm bảo rằng sản phẩm đáp ứng đúng tiêu chuẩn và có thể dễ dàng tích hợp vào hệ thống sản phẩm chung. Khác với quản trị thị trường, nơi người mua chỉ cần chọn sản phẩm có sẵn mà không yêu cầu điều chỉnh, trong mô hình quản trị mô-đun, sản phẩm thường có mức độ tùy chỉnh cao hơn nhưng vẫn dựa trên những tiêu chuẩn nhất định để đảm bảo tính đồng nhất. Điều này đặc biệt phổ biến trong các ngành công nghiệp như điện tử, ô tô, hoặc phần mềm, nơi các bộ phận hoặc module sản phẩm có thể được thiết kế riêng biệt và lắp ráp lại thành sản phẩm hoàn chỉnh. Một ví dụ điển hình là ngành công nghiệp sản xuất máy tính, nơi các công ty như Dell hay HP đặt hàng các linh kiện từ nhiều nhà cung cấp khác nhau, sau đó lắp ráp thành sản phẩm cuối cùng theo cấu hình mong muốn của khách hàng. Trong mô hình quản trị mô-đun,

nhà cung cấp thường có năng lực công nghệ cao và đủ khả năng tự quản lý quy trình sản xuất mà không cần người mua giám sát chặt chẽ. Điều này giúp giảm bớt áp lực kiểm soát đối với khách hàng, đồng thời tạo ra sự linh hoạt trong chuỗi cung ứng vì có thể dễ dàng thay thế hoặc bổ sung các thành phần khác nhau mà không ảnh hưởng đến tổng thể sản phẩm. Một lợi thế khác của mô hình này là khả năng tối ưu hóa chi phí sản xuất nhờ vào việc chuyên môn hóa từng bộ phận trong chuỗi cung ứng. Tuy nhiên, mô hình này cũng có những rủi ro nhất định, chẳng hạn như việc doanh nghiệp có thể bị phụ thuộc vào một số ít nhà cung cấp có công nghệ tiên tiến, hoặc khó khăn trong việc tích hợp các module nếu không có sự tiêu chuẩn hóa cao. Ngoài ra, sự tách biệt giữa người mua và nhà cung cấp trong mô hình này có thể làm giảm khả năng sáng tạo chung trong việc phát triển sản phẩm mới, vì mỗi bên chỉ tập trung vào phần công việc của mình thay vì cùng nhau đổi mới. Nhìn chung, quản trị mô-đun là một mô hình hiệu quả trong những ngành có sản phẩm tương đối phức tạp nhưng vẫn có khả năng tiêu chuẩn hóa ở một mức độ nhất định, giúp tối ưu hóa quy trình sản xuất mà không làm mất đi tính linh hoạt của chuỗi giá trị.

- Quản trị quan hệ: Là một mô hình quản trị chuỗi giá trị, trong đó mối quan hệ cá nhân, xã hội và kinh doanh đóng vai trò trung tâm trong việc điều phối các giao dịch giữa người mua và người bán. Không giống như mô hình quản trị thị trường, nơi giao dịch được thực hiện một cách độc lập dựa trên giá cả và các tiêu chuẩn sản phẩm cụ thể, trong mô hình quản trị quan hệ, các bên tham gia có xu hướng thiết lập sự phụ thuộc lẫn nhau thông qua các mối liên kết bền vững. Những mối quan hệ này có thể được xây dựng dựa trên nhiều yếu tố, bao gồm danh tiếng trong ngành, sự tin tưởng giữa các đối tác, sự gần gũi về mặt địa lý, mối quan hệ gia đình, văn hóa hoặc dân tộc. Trong mô hình này, thông tin không chỉ được trao đổi theo cách thức đơn giản như trong thị trường mở, mà thường được truyền đạt thông qua các kênh phi chính thức hoặc các thỏa thuận không ràng buộc bằng hợp đồng cứng nhắc. Bản chất của quản trị quan hệ giúp tạo ra một

môi trường kinh doanh ổn định và đáng tin cậy, nơi các bên có thể hợp tác lâu dài và cùng chia sẻ lợi ích. Các doanh nghiệp trong mô hình này thường cam kết với nhau trong thời gian dài hơn, giúp giảm rủi ro và tạo điều kiện cho sự đổi mới, cải tiến sản phẩm, dịch vụ. Điều này đặc biệt quan trọng đối với các ngành có sản phẩm phức tạp hoặc yêu cầu điều chỉnh linh hoạt dựa trên nhu cầu cụ thể của khách hàng. Tuy nhiên, một trong những hạn chế của mô hình quản trị quan hệ là tính chất khép kín, vì sự gắn kết chặt chẽ giữa các bên có thể khiến doanh nghiệp khó tiếp cận với các đối tác mới bên ngoài hệ thống. Hơn nữa, nếu một bên trong mối quan hệ này mất đi uy tín hoặc không thể duy trì hiệu suất hoạt động tốt, chuỗi giá trị có thể bị ảnh hưởng nghiêm trọng. Một ví dụ điển hình của quản trị quan hệ là chuỗi cung ứng trong các cụm ngành công nghiệp, nơi các công ty địa phương hợp tác chặt chẽ với nhau dựa trên các mối quan hệ cá nhân, văn hóa và lịch sử lâu đời.

- Quản trị nắm giữ/captive: Trong mô hình quản trị nắm giữ, các nhà cung cấp nhỏ hoặc trung bình phụ thuộc vào một số ít người mua lớn, tạo ra một mối quan hệ quyền lực bất đối xứng trong chuỗi giá trị. Các doanh nghiệp lớn này thường có ảnh hưởng đáng kể đến hoạt động của nhà cung cấp, định hình cách thức sản xuất, quy trình kiểm soát chất lượng và thậm chí cả chiến lược kinh doanh của đối tác. Điều này có nghĩa là người mua đóng vai trò kiểm soát chính, đưa ra các tiêu chuẩn chặt chẽ và yêu cầu nhà cung cấp phải tuân thủ nghiêm ngặt theo các điều kiện đặt ra. Một trong những lợi ích của mô hình này đối với nhà cung cấp là đảm bảo có thị trường tiêu thụ ổn định, vì các doanh nghiệp lớn thường đặt hàng với số lượng lớn và duy trì quan hệ hợp tác dài hạn. Ngoài ra, nhà cung cấp có thể được hỗ trợ về công nghệ, quy trình sản xuất và thậm chí là tài chính từ người mua để nâng cao năng lực cạnh tranh. Tuy nhiên, mặt trái của mô hình này là sự phụ thuộc quá mức vào một hoặc một số ít khách hàng chính, dẫn đến rủi ro nếu các khách hàng này thay đổi chiến lược kinh doanh hoặc tìm kiếm nhà cung cấp khác. Hơn nữa, do người mua kiểm soát

chặt chẽ giá cả và điều kiện hợp tác, nhà cung cấp thường có biên lợi nhuận thấp và ít khả năng thương lượng giá cả hoặc điều kiện hợp đồng có lợi cho mình.

- Quản trị phân cấp/thứ bậc: Là mô hình trong đó một doanh nghiệp lớn kiểm soát toàn bộ hoặc phần lớn chuỗi giá trị thông qua sự tích hợp theo chiều dọc. Thay vì dựa vào các nhà cung cấp bên ngoài, các công ty trong mô hình này thường phát triển hệ thống sản xuất, thiết kế và cung ứng nội bộ, đảm bảo quyền kiểm soát chặt chẽ đối với toàn bộ quá trình từ nguyên liệu thô đến sản phẩm cuối cùng. Điều này thường xảy ra trong các ngành có sản phẩm phức tạp, khó tiêu chuẩn hóa và yêu cầu mức độ chính xác cao trong từng công đoạn sản xuất. Một trong những lợi thế lớn nhất của mô hình quản trị phân cấp là tính ổn định và kiểm soát cao. Do không phụ thuộc vào các nhà cung cấp bên ngoài, doanh nghiệp có thể chủ động trong việc kiểm soát chi phí, đảm bảo chất lượng và tối ưu hóa hiệu suất hoạt động. Ngoài ra, vì tất cả các quy trình được thực hiện nội bộ, các công ty có thể dễ dàng điều chỉnh, đổi mới và phát triển sản phẩm mới mà không cần thương lượng hoặc phụ thuộc vào đối tác bên ngoài. Tuy nhiên, nhược điểm của mô hình này là chi phí vận hành cao, vì doanh nghiệp phải đầu tư mạnh vào cơ sở hạ tầng, nhân sự và công nghệ để quản lý toàn bộ chuỗi cung ứng. Hơn nữa, do tính chất khép kín của hệ thống, các công ty có thể gặp khó khăn trong việc thích ứng nhanh với những thay đổi trên thị trường hoặc tiếp cận các sáng kiến đổi mới từ bên ngoài.

Các loại hình quản trị chuỗi giá trị được định hình bởi những đặc trưng riêng biệt, phản ánh các cơ chế điều phối và mối quan hệ giữa các tác nhân trong chuỗi. Quản trị thị trường, được đặc trưng bởi sự chi phối của giá cả, là loại hình quản trị linh hoạt, trong đó các giao dịch giữa các bên được thực hiện dựa trên mức giá thị trường hiện tại. Trong bối cảnh này, các tác nhân có quyền tự chủ cao, ít ràng buộc bởi các tiêu chuẩn chung hay sự kiểm soát từ đối tác. Loại hình này thường xuất hiện trong các ngành mà sản phẩm hoặc dịch vụ có tính

tiêu chuẩn hóa cao và dễ dàng thay thế. Tuy nhiên, sự phụ thuộc vào giá cả cũng khiến quản trị thị trường dễ bị ảnh hưởng bởi biến động thị trường và cạnh tranh giá. Quản trị mô-đun, ngược lại, được điều phối bởi các tiêu chuẩn kỹ thuật và quy trình cụ thể. Trong loại hình này, sự phối hợp giữa các bên được thực hiện thông qua việc tuân thủ các tiêu chuẩn chung, cho phép mỗi bên trong chuỗi hoạt động độc lập nhưng vẫn đảm bảo sự liên kết với toàn bộ hệ thống. Đây là mô hình phổ biến trong các ngành công nghệ hoặc sản xuất linh kiện, nơi tính tương thích và chất lượng sản phẩm là yếu tố then chốt. Dù tạo ra sự hiệu quả và giảm chi phí giám sát, quản trị mô-đun lại đòi hỏi mức độ đầu tư cao vào việc xây dựng và duy trì các tiêu chuẩn chung.

Ngoài ra, các loại hình quản trị khác như quản trị quan hệ, quản trị nắm giữ/chi phối và quản trị thứ bậc cũng có những cơ chế điều phối riêng biệt. Quản trị quan hệ dựa trên uy tín và sự tin tưởng giữa các bên, thường thấy trong các chuỗi giá trị dài hạn, nơi mối quan hệ cá nhân và sự hợp tác chiến lược được ưu tiên. Quản trị nắm giữ/chi phối, trong đó sức mạnh của người mua đóng vai trò trung tâm, xuất hiện khi một hoặc vài tác nhân trong chuỗi chi phối phần lớn các quyết định và lợi ích. Cuối cùng, quản trị thứ bậc là hình thức điều phối dựa trên phân cấp, trong đó một thực thể trung tâm kiểm soát toàn bộ chuỗi giá trị, phổ biến trong các tập đoàn lớn hoặc các ngành công nghiệp có tính tích hợp cao. Những đặc điểm trên không chỉ phản ánh sự đa dạng trong cách tổ chức và quản lý chuỗi giá trị mà còn nhấn mạnh tầm quan trọng của việc lựa chọn loại hình quản trị phù hợp với đặc thù ngành và mục tiêu chiến lược của doanh nghiệp (Gereffi và cs., 2005; Ponte và Sturgeon, 2014).

### *2.4.4. Sự cần thiết phải phân tích mô hình quản trị chuỗi giá trị*

*Hiểu rõ cấu trúc và cơ chế hoạt động của chuỗi giá trị*

Phân tích mô hình quản trị chuỗi giá trị đóng vai trò nền tảng trong việc hiểu rõ cấu trúc và cơ chế hoạt động của một chuỗi giá trị, nơi các hoạt động khác nhau liên kết chặt chẽ để tạo ra giá trị cuối

cùng. Mỗi khâu trong chuỗi, từ thu mua nguyên liệu, sản xuất, vận chuyển, chế biến, đến tiêu thụ, đều góp phần vào việc hình thành giá trị của sản phẩm hoặc dịch vụ. Tuy nhiên, không phải tất cả các hoạt động đều có giá trị tương đương và việc hiểu rõ các khâu nào mang lại giá trị cao nhất là điều cần thiết để tối ưu hóa toàn bộ chuỗi. Phân tích này không chỉ giúp doanh nghiệp xác định các điểm mạnh, điểm yếu mà còn làm sáng tỏ những mối quan hệ tương hỗ giữa các khâu. Ví dụ, trong ngành công nghiệp dệt may, việc hiểu rõ vai trò của chuỗi cung ứng nguyên liệu như vải và sợi, cùng với quy trình sản xuất, có thể giúp doanh nghiệp tập trung vào việc nâng cao chất lượng nguyên liệu đầu vào hoặc áp dụng công nghệ tiên tiến để giảm chi phí sản xuất. Điều này không chỉ cải thiện hiệu quả mà còn tăng cường khả năng cạnh tranh của sản phẩm trên thị trường.

*Tối ưu hóa hiệu suất và giảm chi phí*

Một trong những lợi ích lớn nhất của việc phân tích mô hình quản trị chuỗi giá trị là khả năng tối ưu hóa hiệu suất hoạt động của từng khâu và giảm thiểu chi phí không cần thiết. Chuỗi giá trị thường bao gồm nhiều tác nhân tham gia với các nhiệm vụ và trách nhiệm khác nhau và không phải tất cả các tác nhân đều hoạt động hiệu quả như nhau. Phân tích mô hình quản trị cho phép doanh nghiệp xác định rõ các điểm nút "tắc nghẽn" hoặc các khâu có hiệu suất thấp, từ đó đưa ra các biện pháp cải tiến phù hợp. Ví dụ, trong ngành thực phẩm, nếu phát hiện khâu vận chuyển làm tăng chi phí do hệ thống logistics kém hiệu quả, doanh nghiệp có thể đầu tư vào các phương tiện vận chuyển hiện đại hơn hoặc tối ưu hóa tuyến đường để giảm thời gian và chi phí vận hành. Đồng thời, việc phân tích cũng giúp phát hiện những hoạt động không mang lại giá trị đáng kể để loại bỏ, qua đó tối ưu hóa nguồn lực và tập trung vào các hoạt động cốt lõi.

*Tăng cường năng lực liên kết và hợp tác giữa các tác nhân*

Chuỗi giá trị không chỉ là tập hợp các hoạt động riêng lẻ mà là một mạng lưới liên kết giữa nhiều tác nhân như nhà cung cấp, nhà sản

xuất, nhà phân phối và người tiêu dùng. Phân tích mô hình quản trị chuỗi giá trị giúp làm sáng tỏ vai trò và trách nhiệm của từng tác nhân trong chuỗi, từ đó thúc đẩy sự hợp tác hiệu quả hơn. Điều này đặc biệt quan trọng trong các chuỗi giá trị phức tạp với nhiều bên tham gia, nơi mà sự thiếu liên kết có thể dẫn đến hiệu suất thấp hoặc thất thoát giá trị. Ví dụ, trong ngành nông nghiệp, việc kết nối giữa nông dân và nhà phân phối lớn thường gặp nhiều thách thức do thiếu thông tin hoặc sự không đồng đều về chất lượng sản phẩm. Phân tích chuỗi giá trị giúp nhận diện các rào cản này và đề xuất các giải pháp hợp tác như xây dựng các hợp đồng bao tiêu hoặc áp dụng tiêu chuẩn chất lượng chung để đảm bảo lợi ích cho tất cả các bên tham gia.

### *2.4.5. Vai trò của tác nhân trung gian trong các mô hình quản trị chuỗi giá trị*

Các tác nhân trung gian đóng vai trò quan trọng trong chuỗi giá trị bằng cách kết nối, điều phối và tối ưu hóa các giao dịch giữa các bên tham gia, từ nhà cung cấp, nhà sản xuất đến người tiêu dùng cuối cùng. Tuy nhiên, mức độ và hình thức tham gia của các trung gian lại thay đổi đáng kể tùy theo loại hình quản trị chuỗi giá trị, mức độ phức tạp của giao dịch, khả năng hệ thống hóa và năng lực của nhà cung cấp. Việc phân tích sâu hơn vai trò của các tác nhân trung gian trong từng loại hình quản trị sẽ làm sáng tỏ cách họ tác động đến hiệu quả hoạt động và sự ổn định của chuỗi giá trị.

Trong mô hình quản trị mô-đun, các tác nhân trung gian giữ vai trò cầu nối quan trọng giữa người bán và người mua, đặc biệt trong các ngành công nghiệp sử dụng tiêu chuẩn kỹ thuật hoặc quy trình sản xuất phức tạp. Họ thường đóng vai trò kiểm định chất lượng, hỗ trợ kỹ thuật, hoặc đảm bảo rằng các thành phần sản phẩm từ các nhà cung cấp khác nhau có thể tích hợp liền mạch vào hệ thống chung. Ví dụ, trong ngành sản xuất điện tử, các trung gian có thể chịu trách nhiệm đảm bảo các linh kiện từ nhiều nhà cung cấp khác nhau đáp ứng được tiêu chuẩn kỹ thuật và hoạt động đồng bộ khi lắp ráp. Ngoài ra, các

trung gian cũng giúp giảm chi phí phối hợp bằng cách chuẩn hóa quy trình giao dịch, cung cấp thông tin minh bạch về giá cả, nguồn cung và chất lượng. Điều này giúp các tác nhân trong chuỗi tập trung vào hoạt động cốt lõi của mình mà không cần đầu tư quá nhiều vào việc giám sát lẫn nhau. Tuy nhiên, vai trò của trung gian trong mô hình này thường gắn liền với việc duy trì và cập nhật các tiêu chuẩn, đòi hỏi họ phải có năng lực kỹ thuật cao và khả năng thích nghi với các thay đổi nhanh chóng trong chuỗi giá trị.

Trong mô hình quản trị quan hệ và quản trị nắm giữ, tác nhân trung gian đóng vai trò quan trọng hơn nhiều, bởi giao dịch thường mang tính phức tạp và yêu cầu sự cam kết cao từ các bên tham gia. Trong mô hình quản trị quan hệ, các trung gian thường hoạt động như người giám sát hoặc cố vấn, giúp xây dựng và duy trì lòng tin giữa các đối tác. Họ không chỉ hỗ trợ trong việc kiểm soát chất lượng mà còn đảm bảo rằng các cam kết được thực hiện, đặc biệt trong các chuỗi giá trị có tính chiến lược cao, nơi các mối quan hệ lâu dài và uy tín đóng vai trò nền tảng.

Trong mô hình quản trị nắm giữ/chi phối, các trung gian không chỉ giảm thiểu rủi ro liên quan đến giao dịch mà còn thay mặt các bên chính thực hiện giám sát và kiểm soát. Chẳng hạn, trong chuỗi giá trị nông sản, các trung gian có thể đảm nhận việc kiểm tra chất lượng sản phẩm trước khi xuất khẩu hoặc tổ chức logistics để giảm thiểu hư hỏng. Vai trò này đặc biệt quan trọng khi một tác nhân trong chuỗi chiếm ưu thế và có khả năng áp đặt các yêu cầu nghiêm ngặt đối với các đối tác khác.

Trong mô hình quản trị thị trường, khi giao dịch có mức độ phức tạp thấp, dễ mã hóa và nhà cung cấp có năng lực cao, các trung gian đóng vai trò thứ yếu hơn. Họ chủ yếu thực hiện các chức năng hỗ trợ cơ bản như vận chuyển, lưu trữ, hoặc cung cấp thông tin về thị trường. Mặc dù chi phí để duy trì trung gian trong mô hình này thấp, các bên tham gia trong chuỗi thường có thể giao dịch trực tiếp mà không cần

đến sự can thiệp đáng kể của trung gian. Điều này phản ánh đặc điểm của thị trường tự do, nơi cung và cầu được điều chỉnh bởi giá cả. Tuy nhiên, trong một số trường hợp, sự hiện diện của trung gian vẫn cần thiết để giảm bớt chi phí tìm kiếm thông tin hoặc cung cấp các dịch vụ gia tăng giá trị như đóng gói, dán nhãn, hoặc kiểm định sản phẩm trước khi đến tay người tiêu dùng.

Trong mô hình quản trị phân cấp tích hợp theo chiều dọc, là mô hình quản trị mà các trung gian gần như bị loại bỏ hoàn toàn. Tất cả các hoạt động trong chuỗi giá trị đều được kiểm soát bởi một thực thể trung tâm, giúp giảm thiểu rủi ro và tối ưu hóa hiệu quả thông qua việc tích hợp các quy trình. Trong trường hợp này, các giao dịch thường có mức độ phức tạp cao, khó hệ thống hóa và nhà cung cấp không đủ năng lực để đảm nhận các chức năng độc lập. Trong các tập đoàn lớn hoạt động theo mô hình tích hợp theo chiều dọc, từ sản xuất nguyên liệu thô đến phân phối sản phẩm cuối cùng đều được quản lý nội bộ. Điều này giúp loại bỏ nhu cầu về trung gian nhưng đòi hỏi mức đầu tư lớn và khả năng quản lý toàn diện từ phía doanh nghiệp.

Chính vì vậy, tác nhân trung gian là yếu tố linh hoạt trong chuỗi giá trị, với vai trò thay đổi tùy thuộc vào loại hình quản trị và đặc điểm giao dịch. Họ có thể đóng vai trò đơn giản như một nhà cung cấp dịch vụ hỗ trợ, hoặc trở thành nhân tố quyết định trong việc điều phối và kiểm soát giao dịch. Do đó, việc hiểu và tối ưu hóa vai trò của các trung gian không chỉ giúp doanh nghiệp nâng cao hiệu quả quản lý chuỗi giá trị mà còn tăng cường khả năng cạnh tranh trên thị trường toàn cầu. (Vik và Kvam, 2018).

## 2.5. Phân tích chuỗi giá trị trong lĩnh vực sản xuất nông nghiệp

Cải thiện hiệu quả sản xuất, phân phối và tiêu dùng trong lĩnh vực nông nghiệp là yếu tố then chốt để đạt được hiệu quả cao trong sản xuất và kinh doanh, cũng như thúc đẩy sự phát triển nông nghiệp bền vững. Để thực hiện điều này, việc nghiên cứu và phân tích chuỗi giá trị nông sản trở thành giải pháp chiến lược giúp tối ưu hóa quá

trình sản xuất, nâng cao năng suất và hiệu quả kinh tế. Chuỗi giá trị không chỉ giúp các nhà sản xuất và doanh nghiệp nông sản nhận diện được những điểm mạnh và yếu trong quy trình sản xuất mà còn giúp cải thiện liên kết giữa các khâu khác nhau, từ sản xuất, chế biến, phân phối cho đến tiêu dùng. Phân tích chuỗi giá trị nông sản còn giúp đảm bảo an ninh, an toàn lương thực, không chỉ ở cấp quốc gia mà còn trong bối cảnh toàn cầu. Khi các nhà làm chính sách và các nhà quản lý có cái nhìn tổng thể về chuỗi giá trị, họ có thể đưa ra các quyết định đúng đắn, từ việc điều chỉnh chính sách đến việc triển khai các chương trình hỗ trợ nông dân, thúc đẩy phát triển bền vững. Những cải tiến từ việc phân tích chuỗi giá trị có thể giúp loại bỏ các rào cản trong từng giai đoạn, giảm thiểu chi phí và tăng cường sự hợp tác giữa các tác nhân trong chuỗi, tạo ra một hệ sinh thái nông nghiệp phát triển toàn diện và hiệu quả (Huy, 2019).

Bên cạnh đó, phân tích chuỗi giá trị nông sản không chỉ là công cụ để hiểu rõ thực trạng hiện tại mà còn là nền tảng quan trọng để xây dựng chiến lược phát triển chuỗi trong tương lai. Các nhà nghiên cứu và chuyên gia nhận thấy rằng việc hình thành chiến lược phát triển chuỗi giá trị đòi hỏi sự hiểu biết sâu sắc về các yếu tố ảnh hưởng và các thách thức mà chuỗi nông sản đang đối mặt. Đặc biệt, khi nền kinh tế ngày càng hội nhập quốc tế, chuỗi giá trị nông sản phải đối mặt với sự cạnh tranh và sự thay đổi nhanh chóng trong xu hướng thị trường toàn cầu. Các doanh nghiệp và nông dân sẽ phải tìm ra cách thức quản lý hiệu quả các hoạt động trong chuỗi, từ đó duy trì tính cạnh tranh và nâng cao giá trị gia tăng của sản phẩm.

Một yếu tố quan trọng nữa là mạng lưới và chuỗi cung ứng sản phẩm nông sản, đóng vai trò quan trọng trong việc kết nối người sản xuất với thị trường tiêu thụ. Điều này không chỉ mang lại sự bền vững về mặt kinh tế mà còn tạo ra những lợi ích xã hội và môi trường, đặc biệt là tại các khu vực nông thôn, nơi nguồn lực và cơ hội vẫn còn hạn chế. Tuy nhiên, sự phát triển của chuỗi nông sản đang đối mặt với không ít thách thức, đặc biệt khi chuỗi giá trị nông sản phải tham gia

vào chuỗi cung ứng toàn cầu. Nông dân, đặc biệt là ở các khu vực nông thôn, gặp nhiều khó khăn trong việc tiếp cận thị trường và ứng dụng công nghệ mới, điều này khiến họ có nguy cơ bị loại khỏi dòng chảy thương mại toàn cầu. Sự phát triển của chuỗi giá trị nông sản cần phải bao quát nhiều yếu tố, từ môi trường, công nghệ, thị trường, đến các yếu tố kinh tế xã hội và quy định pháp lý. Một yếu tố quan trọng để đảm bảo sự bền vững của chuỗi là sự tham gia của tất cả các tác nhân trong chuỗi giá trị. Chỉ khi có sự hợp tác chặt chẽ và đồng thuận từ các bên liên quan, chuỗi giá trị mới có thể phát triển bền vững và mang lại lợi ích toàn diện cho tất cả các bên tham gia.

Từ sau năm 1990, thương mại quốc tế đã mở rộng đáng kể, tạo ra một bức tranh kinh tế toàn cầu mới, trong đó các nền kinh tế không còn hoạt động một cách biệt lập mà liên kết với nhau chặt chẽ hơn thông qua mạng lưới sản xuất và thương mại xuyên biên giới. Một trong những động lực chính của sự mở rộng này là sự gia tăng của các chuỗi giá trị toàn cầu (Global Value Chains – GVCs). Đây không chỉ đơn thuần là sự mở rộng của phân công lao động quốc tế, mà còn liên quan đến việc tổ chức sản xuất theo mô hình chuỗi cung ứng kết nối đa quốc gia, trong đó mỗi quốc gia hoặc doanh nghiệp đảm nhận một giai đoạn cụ thể trong quy trình sản xuất toàn cầu. Các tập đoàn đa quốc gia ngày càng tận dụng lợi thế về chi phí lao động, công nghệ và chính sách thương mại linh hoạt của các nước khác nhau để tối ưu hóa quy trình sản xuất của họ.

Bên cạnh yếu tố phân công lao động, các mối quan hệ giữa người mua và người bán cũng trở nên quan trọng hơn. Sự kết hợp chặt chẽ giữa hai bên không chỉ giúp đảm bảo chất lượng sản phẩm mà còn tạo ra sự ổn định trong chuỗi cung ứng. Ngoài ra, các hình thức đầu tư theo quan hệ cụ thể (relationship-specific investment), chẳng hạn như đầu tư vào công nghệ, cơ sở hạ tầng và đào tạo lao động theo yêu cầu của một đối tác cụ thể, đã giúp củng cố các chuỗi giá trị. Các hợp đồng phi chính thống và sự bảo đảm hạn chế cũng đóng một vai trò quan trọng, bởi vì trong một số trường hợp, các giao dịch không dựa

trên hợp đồng pháp lý chặt chẽ mà thay vào đó dựa vào sự tin tưởng và mối quan hệ dài hạn giữa các bên. Nhờ những yếu tố này, nhiều quốc gia nghèo và đang phát triển đã tận dụng được các cơ hội mới, thúc đẩy tốc độ tăng trưởng kinh tế nhanh chóng và giúp giảm tỷ lệ nghèo đói trên toàn cầu (World Bank, 2020). Điều này cho thấy rằng chuỗi giá trị toàn cầu không chỉ là một công cụ của các nước phát triển mà còn mang lại lợi ích to lớn cho các nền kinh tế đang phát triển, miễn là họ có chiến lược phù hợp để tham gia và nâng cấp vị thế của mình trong chuỗi.

Trong những thập kỷ gần đây, các chuỗi giá trị lương thực và thực phẩm tại các nước đang phát triển đã trải qua sự thay đổi đáng kể, không chỉ về cách thức sản xuất và phân phối mà còn về cấu trúc quản trị chuỗi. Một trong những thay đổi quan trọng nhất là sự chuyển đổi từ hệ thống cung ứng nội địa sang hệ thống cung ứng toàn cầu. Trước đây, phần lớn chuỗi cung ứng lương thực tại các nước đang phát triển tập trung vào thị trường nội địa, nơi sản xuất và tiêu thụ diễn ra trong phạm vi quốc gia. Tuy nhiên, với sự toàn cầu hóa và tự do hóa thương mại, nhiều doanh nghiệp thực phẩm tại các nước này đã mở rộng quy mô hoạt động và trở thành một phần của mạng lưới sản xuất quốc tế, trong đó họ cung cấp nguyên liệu hoặc sản phẩm chế biến cho các tập đoàn đa quốc gia hoặc xuất khẩu trực tiếp ra thị trường nước ngoài.

Bên cạnh sự chuyển đổi về quy mô địa lý, cơ chế quản lý và kiểm soát chuỗi giá trị cũng thay đổi mạnh mẽ. Nếu trước đây chuỗi cung ứng lương thực và thực phẩm chủ yếu do nhà nước kiểm soát, thì hiện nay, vai trò của khu vực tư nhân đã gia tăng đáng kể. Nhiều doanh nghiệp tư nhân tham gia vào quá trình sản xuất, chế biến và phân phối thực phẩm, đồng thời áp dụng các mô hình quản trị tiên tiến để tối ưu hóa hiệu suất chuỗi giá trị. Đặc biệt, trong lĩnh vực nông sản, sự thay đổi này còn thể hiện ở việc chuyển từ tiêu chuẩn công sang tiêu chuẩn tư nhân, nghĩa là thay vì tuân theo các tiêu chuẩn an toàn thực phẩm và chất lượng do chính phủ đặt ra, nhiều doanh nghiệp phải

tuân theo các tiêu chuẩn khắt khe do các tập đoàn bán lẻ hoặc tổ chức quốc tế đưa ra.

Ngoài ra, các mối quan hệ trong chuỗi cung ứng cũng thay đổi đáng kể. Trước đây, giao dịch giữa người mua và người bán trong chuỗi cung ứng nông sản chủ yếu dựa trên hình thức mua đứt bán đoạn, nghĩa là các giao dịch diễn ra trên thị trường giao ngay mà không có sự ràng buộc dài hạn. Tuy nhiên, hiện nay, mô hình hợp tác theo chiều dọc ngày càng phổ biến, trong đó các nhà sản xuất ký hợp đồng dài hạn với doanh nghiệp chế biến hoặc nhà bán lẻ để đảm bảo đầu ra ổn định cho sản phẩm của họ. Đồng thời, các mạng lưới cung ứng cũng không còn giới hạn ở địa phương, mà mở rộng ra cấp quốc gia, khu vực và thậm chí toàn cầu, làm thay đổi cách thức vận hành của toàn bộ ngành thực phẩm. Những thay đổi này không chỉ giúp nâng cao chất lượng và hiệu quả sản xuất mà còn tạo ra nhiều cơ hội hơn cho các nhà sản xuất nhỏ lẻ nếu họ có thể đáp ứng các tiêu chuẩn mới.

Một trong những thay đổi quan trọng nhất trong chuỗi giá trị lương thực và thực phẩm là sự dịch chuyển từ chiến lược sản xuất thuần túy sang chiến lược định hướng thị trường. Trước đây, các nhà sản xuất thực phẩm tập trung chủ yếu vào việc tăng sản lượng mà không quá quan tâm đến nhu cầu cụ thể của thị trường. Tuy nhiên, với sự gia tăng của chuỗi giá trị toàn cầu và sự kết nối chặt chẽ giữa các tác nhân trong chuỗi, việc trao đổi thông tin giữa các nhà sản xuất, nhà bán lẻ và người tiêu dùng đã được cải thiện, giúp các doanh nghiệp điều chỉnh chiến lược sản xuất của họ để phù hợp hơn với nhu cầu thị trường. Điều này đặc biệt quan trọng khi nhu cầu của người tiêu dùng ngày càng hướng đến các tiêu chí về chất lượng, an toàn thực phẩm và sự đa dạng hóa sản phẩm.

Bên cạnh việc điều chỉnh chiến lược sản xuất, sự mở rộng và quốc tế hóa của các nhà bán lẻ và doanh nghiệp chế biến thực phẩm cũng đã làm thay đổi đáng kể cấu trúc chuỗi giá trị. Trước đây, các chuỗi bán lẻ chủ yếu hoạt động ở quy mô quốc gia, nhưng hiện nay,

nhiều doanh nghiệp lớn đã mở rộng hoạt động ra nhiều thị trường khác nhau, làm thay đổi mô hình cung ứng truyền thống. Các công ty như Walmart, Carrefour hay Tesco không chỉ thiết lập các hệ thống cung ứng toàn cầu mà còn tạo ra các tiêu chuẩn riêng về chất lượng và an toàn thực phẩm, buộc các nhà cung cấp tại các nước đang phát triển phải tuân thủ nếu muốn tham gia vào chuỗi giá trị của họ. Điều này dẫn đến sự phức tạp ngày càng gia tăng trong quản lý chuỗi cung ứng, khi các doanh nghiệp phải cân bằng giữa yêu cầu của thị trường quốc tế và năng lực sản xuất nội địa.

*Các tác nhân tham gia chuỗi giá trị nông sản*

Các tác nhân tham gia chuỗi giá trị nông sản đóng vai trò quan trọng trong việc tạo ra giá trị và ảnh hưởng đến hiệu quả hoạt động trong toàn bộ chuỗi. Nhìn chung, chuỗi giá trị nông sản thường bao gồm một loạt các tác nhân từ đầu vào cho đến sản phẩm hoàn thiện. Các tác nhân cơ bản bao gồm người cung ứng đầu vào (giống, thuốc thú y, bảo vệ thực vật, máy móc, thiết bị…), nông dân, người chế biến, thương lái và người bán lẻ. Mỗi tác nhân này đều đóng một vai trò nhất định, nhưng điều quan trọng là phải hiểu rõ sự tương tác giữa các tác nhân và vai trò của họ trong việc tạo ra giá trị từ đầu đến cuối chuỗi.

Tuy nhiên, trong chuỗi giá trị nông sản, người nông dân thường phải đối mặt với nhiều khó khăn, nhất là trong các nước đang phát triển. Họ thường sản xuất với khối lượng nhỏ và thiếu khả năng cung ứng ổn định, điều này khiến họ không thể tận dụng được các lợi thế kinh tế từ quy mô lớn. Một vấn đề lớn nữa là sự không ổn định về giá, khiến người nông dân gặp khó khăn trong việc dự báo và lên kế hoạch sản xuất. Việc bán sản phẩm cho nhiều người khác nhau cũng làm giảm khả năng thương lượng giá cả và quyền lợi cho nông dân. Thêm vào đó, chất lượng sản phẩm của họ thường không đạt tiêu chuẩn của thị trường và thiếu tính truy xuất nguồn gốc, điều này làm giảm khả năng cạnh tranh và giá trị gia tăng của sản phẩm.

Các tác nhân sau khâu sản xuất, đặc biệt là các nhà chế biến, thương lái và nhà phân phối, thường kiểm soát phần lớn quyền lực trong chuỗi giá trị nông sản (Pomeroy và cs., 2017). Họ không chỉ quản lý quá trình phân phối sản phẩm mà còn quyết định mức giá và điều kiện giao dịch, từ đó có thể gây ra sự phân bổ không công bằng tổng thặng dư của chuỗi giữa các mắt xích. Điều này dẫn đến tình trạng người nông dân nhỏ ở các quốc gia đang phát triển có thể phải đối mặt với thua lỗ hoặc thậm chí bị loại khỏi chuỗi cung ứng thực phẩm toàn cầu. Tình trạng này ngày càng trở nên nghiêm trọng khi các tác nhân lớn trong chuỗi, đặc biệt là những nhà chế biến và nhà phân phối toàn cầu, đang tăng cường quyền lực của mình, kiểm soát việc tiếp cận thị trường và quyết định các yếu tố quan trọng liên quan đến sản phẩm.

Trong khi đó, giai đoạn tiếp thị và phân phối đóng một vai trò cực kỳ quan trọng trong thành công của chuỗi giá trị nông sản. Sự kết nối giữa nông dân và người tiêu dùng cuối cùng phụ thuộc vào các nhà tiếp thị và nhà phân phối, họ chính là những người điều phối và kết nối các mắt xích trong chuỗi. Họ không chỉ quyết định cách thức phân phối sản phẩm mà còn là cầu nối giúp sản phẩm nông sản từ nông dân đến tay người tiêu dùng một cách hiệu quả. Các nhà tiếp thị và nhà phân phối cũng đóng vai trò trong việc xác định và duy trì các mối quan hệ lâu dài giữa các bên trong chuỗi, góp phần tăng cường sự bền vững và khả năng phát triển của chuỗi giá trị nông sản.

Tóm lại, các tác nhân trong chuỗi giá trị nông sản không chỉ ảnh hưởng đến hiệu quả của quá trình sản xuất và tiêu thụ mà còn quyết định sự thành bại của cả chuỗi giá trị. Việc hiểu rõ vai trò và mối quan hệ giữa các tác nhân này là rất quan trọng để tối ưu hóa chuỗi giá trị, giảm thiểu bất đối xứng quyền lực và đảm bảo rằng tất cả các bên tham gia, đặc biệt là nông dân, đều được hưởng lợi công bằng từ sự phát triển của chuỗi.

# CHƯƠNG 3
# THỰC TRẠNG CHUỖI GIÁ TRỊ VÀ QUẢN TRỊ CHUỖI GIÁ TRỊ NUÔI TRỒNG THỦY SẢN TẠI VIỆT NAM

## 3.1. Tác nhân tham gia chuỗi giá trị nuôi trồng thủy sản

Sự khác biệt giữa các sản phẩm nuôi trồng thủy sản, dẫn đến sự khác biệt rõ rệt về các chuỗi giá trị. Những sự khác biệt này không chỉ đơn thuần là kết quả của các phương pháp sản xuất khác nhau mà còn ảnh hưởng sâu sắc đến các yếu tố như chất lượng sản phẩm, kênh tiếp thị và các tác nhân trung gian tham gia trong quá trình phân phối. Chất lượng sản phẩm thủy sản, ví dụ, có thể thay đổi đáng kể tùy thuộc vào phương pháp nuôi trồng, cũng như vào các yếu tố môi trường, kỹ thuật sản xuất và sự quản lý nguồn lực. Hơn nữa, sự khác biệt về phương pháp bán sản phẩm cũng ảnh hưởng trực tiếp đến các chuỗi giá trị. Một số sản phẩm thủy sản, đặc biệt là những sản phẩm tươi sống, có thể được bán trực tiếp trong các cộng đồng địa phương hoặc qua các chợ truyền thống. Tuy nhiên, những sản phẩm khác, ví dụ như các sản phẩm chế biến sẵn hoặc đông lạnh, lại có thể được đưa vào thương mại, lưu kho, chế biến và phân phối rộng rãi hơn ra ngoài cộng đồng. Những phương pháp tiếp cận này không chỉ ảnh hưởng đến giá trị gia tăng của sản phẩm mà còn quyết định cách thức và quy mô phân phối sản phẩm, từ đó tác động đến chuỗi cung ứng và sự phát triển của ngành thủy sản.

Ngoài ra, các yếu tố khác như phương thức quản lý nguồn lợi thủy sản và chính sách bảo vệ môi trường tại các vùng nuôi trồng cũng đóng vai trò quan trọng trong việc xác định giá trị của sản phẩm. Các sản phẩm thủy sản được sản xuất trong những điều kiện bảo vệ môi trường nghiêm ngặt và quản lý bền vững thường được coi là có giá trị cao hơn, đặc biệt trong bối cảnh người tiêu dùng ngày càng quan tâm đến các sản phẩm an toàn, bền vững và có nguồn gốc rõ ràng. Chất lượng môi trường trong quá trình nuôi trồng và khai thác không chỉ

ảnh hưởng đến sản lượng mà còn đến chất lượng sản phẩm, từ đó ảnh hưởng đến giá trị thương mại và khả năng cạnh tranh của sản phẩm trong chuỗi giá trị toàn cầu.

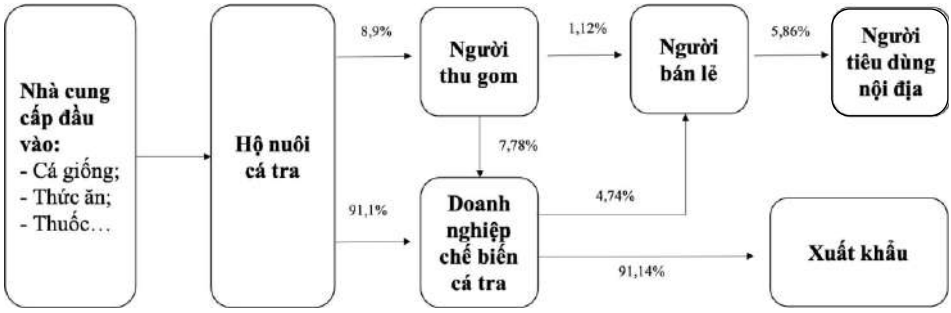
Các chức năng thương mại trong ngành thủy sản đóng một vai trò quan trọng trong việc phát triển thị trường tiêu thụ, hỗ trợ các dịch vụ tài chính và gia tăng giá trị cho các sản phẩm thủy sản. Một trong những chức năng chủ yếu của thương mại là kết nối các nhà sản xuất với người tiêu dùng, từ đó mở rộng thị trường tiêu thụ sản phẩm, không chỉ trong nước mà còn ra thị trường quốc tế. Thương mại cũng đóng vai trò trong việc cung cấp các dịch vụ tài chính cần thiết, chẳng hạn như tín dụng và bảo hiểm, giúp giảm thiểu rủi ro cho các tác nhân trong chuỗi giá trị thủy sản. Hơn nữa, quá trình thương mại thúc đẩy việc gia tăng giá trị cho các sản phẩm thủy sản thông qua các phương pháp chế biến, đóng gói và các dịch vụ gia tăng giá trị khác, giúp sản phẩm dễ dàng tiếp cận với các thị trường cao cấp hơn.

Tùy thuộc vào loài thủy sản, hình thức và quy mô nuôi trồng, các chủ thể tham gia vào chuỗi giá trị nuôi trồng thủy sản có sự phân hóa rõ rệt. Mỗi chuỗi giá trị thủy sản đều có những đặc điểm riêng biệt, phản ánh các yếu tố đặc thù của từng hệ thống nuôi trồng cũng như mức độ phức tạp trong quá trình sản xuất, chế biến và tiêu thụ sản phẩm. Trong đó, các chủ thể tham gia vào chuỗi giá trị này có thể được chia thành hai nhóm chính: nhóm chủ thể chính và nhóm chủ thể phụ. Các nhóm này hoạt động song song với nhau để đảm bảo sự vận hành hiệu quả của toàn bộ chuỗi cung ứng thủy sản từ sản xuất đến tiêu thụ, đồng thời hỗ trợ sự phát triển bền vững của ngành thủy sản. Hình 3 và hình 4 là sơ đồ minh hoạ về chuỗi giá trị ngành tôm và cá tra, để thấy được đường đi của từng sản phẩm và sự tham gia của các tác nhân khác nhau trong từng khâu từ sản xuất đến tiêu thụ. Những sơ đồ này giúp làm rõ mối quan hệ giữa các tác nhân trong chuỗi, từ người nuôi, nhà cung cấp thức ăn, doanh nghiệp chế biến, đến nhà phân phối và thị trường tiêu thụ. Qua đó, có thể đánh giá được vai trò

của từng bên, các điểm nghẽn trong chuỗi giá trị, cũng như cơ hội để nâng cao hiệu quả và gia tăng giá trị cho sản phẩm tôm và cá tra.

**Hình 3. Ví dụ minh chứng về chuỗi giá trị ngành tôm Việt Nam**

*(Nguồn: https://fisc.vn/nganh-trien-vong/chuoi-gia-tri-nganh-tom-viet-nam-p1365.html)*




**Hình 4. Sơ đồ chuỗi giá trị cá tra ở Tiền Giang**

*(Nguồn: Phan Phùng Phú, 2023 https://hueuni.edu.vn/portal/vi/data/bandtdhlocal/20230712_142808_noidungla_ppphu.pdf)*

*Nhóm chủ thể chính,* bao gồm những đối tượng có vai trò trực tiếp và thiết yếu trong quá trình sản xuất và tiêu thụ sản phẩm thủy sản. Các chủ thể này tạo nên nền tảng của chuỗi giá trị nuôi trồng thủy sản. Đầu tiên là nhà cung cấp đầu vào, bao gồm các đại lý cung cấp vật tư, thiết bị, thức ăn, thuốc thú y và các dịch vụ hỗ trợ khác. Các

trại giống và cơ sở ươm giống cũng nằm trong nhóm này, đóng vai trò quan trọng trong việc cung cấp giống thủy sản chất lượng cao, đảm bảo cho quá trình nuôi trồng phát triển ổn định và hiệu quả. Những nhà cung cấp này đóng góp trực tiếp vào việc tạo ra điều kiện thuận lợi nhất cho quá trình sản xuất của các nông dân.

Tiếp theo là nhà sản xuất, những người trực tiếp tham gia vào quá trình nuôi trồng thủy sản. Đây là những chủ thể quan trọng nhất, họ đảm nhận toàn bộ công việc từ chăm sóc, quản lý môi trường nuôi, đến thu hoạch sản phẩm. Người sản xuất có thể là các hộ nuôi trồng nhỏ lẻ hoặc các cơ sở sản xuất lớn, nhưng dù ở quy mô nào, vai trò của họ trong chuỗi giá trị nuôi trồng thủy sản là không thể thiếu. Trong quá trình nuôi trồng, người sản xuất thường phải đối mặt với rất nhiều thách thức như biến đổi khí hậu, dịch bệnh, hay thiếu hụt nguồn vốn đầu tư, khiến họ trở thành những đối tượng dễ bị tổn thương nhất trong chuỗi sản xuất.

Người thu mua đóng vai trò là mắt xích quan trọng trong việc thu gom sản phẩm thủy sản từ các nông dân hoặc cơ sở sản xuất để chuyển giao vào các khâu chế biến hoặc tiêu thụ. Người thu mua có thể là các cá nhân hoặc tổ chức thu gom sản phẩm từ nhiều nguồn khác nhau, tạo thành mạng lưới phân phối rộng lớn. Cuối cùng là nhà chế biến, nơi các sản phẩm thủy sản sau khi được thu mua sẽ được chế biến, bảo quản và tạo ra các sản phẩm giá trị gia tăng. Nhà chế biến có thể là các doanh nghiệp hoặc cơ sở chế biến thủy sản lớn, có trách nhiệm xuất khẩu hoặc phân phối sản phẩm ra thị trường trong nước. Vai trò của họ không chỉ là tạo ra sản phẩm tiêu dùng mà còn đảm bảo các tiêu chuẩn chất lượng và an toàn thực phẩm cho người tiêu dùng.

Bên cạnh các chủ thể chính, có một nhóm chủ thể phụ cũng đóng vai trò không kém phần quan trọng trong chuỗi giá trị thủy sản. Những tổ chức, cơ quan này hỗ trợ và đảm bảo sự vận hành của chuỗi giá trị, giúp duy trì sự ổn định và phát triển lâu dài của ngành thủy

sản. Đầu tiên, Dịch vụ Khuyến ngư đóng vai trò cung cấp các dịch vụ tư vấn kỹ thuật, hướng dẫn nông dân áp dụng các phương pháp nuôi trồng khoa học và nâng cao năng suất. Những dịch vụ này không chỉ giúp cải thiện hiệu quả sản xuất mà còn giúp các nông dân vượt qua các vấn đề như dịch bệnh và biến đổi khí hậu.

Hiệp hội Chế biến và Xuất khẩu Thủy sản Việt Nam (VASEP) cũng là một tổ chức không thể thiếu trong chuỗi giá trị này. VASEP đóng vai trò kết nối các doanh nghiệp chế biến với các thị trường quốc tế, giúp các sản phẩm thủy sản Việt Nam có cơ hội xuất khẩu ra thế giới. Đồng thời, VASEP còn giúp các doanh nghiệp thủy sản trong nước tiếp cận các chính sách hỗ trợ, cải thiện chất lượng sản phẩm và tăng cường khả năng cạnh tranh trên thị trường quốc tế.

Ngoài ra, các cơ quan như Sở Nông nghiệp và Phát triển Nông thôn (DARD) và Cục Quản lý chất lượng Nông Lâm Thủy sản Quốc gia đóng vai trò quản lý và giám sát, đảm bảo chất lượng sản phẩm thủy sản, đồng thời thiết lập các chính sách hỗ trợ và phát triển ngành thủy sản tại các địa phương. Các cơ quan này giúp xây dựng các tiêu chuẩn, quy định về chất lượng, an toàn thực phẩm và bảo vệ môi trường trong suốt quá trình sản xuất, chế biến và tiêu thụ.

Bên cạnh đó, ngân hàng và các tổ chức tài chính đóng vai trò quan trọng trong việc cung cấp các dịch vụ tài chính và tín dụng cho các nông dân và các doanh nghiệp trong chuỗi giá trị thủy sản. Các ngân hàng giúp nông dân có thể tiếp cận nguồn vốn để đầu tư vào cơ sở hạ tầng, trang thiết bị, cũng như cải thiện quy mô sản xuất. Cuối cùng, các tổ chức nghiên cứu cũng đóng góp đáng kể vào sự phát triển của ngành thủy sản thông qua các nghiên cứu khoa học và kỹ thuật, từ giống thủy sản, phương pháp nuôi, cho đến công nghệ chế biến. Các tổ chức này cung cấp các giải pháp kỹ thuật, đồng thời chuyển giao những thành tựu nghiên cứu mới vào thực tiễn sản xuất.

Mặc dù mối quan hệ giữa các chủ thể chính như nông dân, nhà chế biến và nhà cung cấp đầu vào thường mang tính chất độc lập và

thiếu sự kết nối chặt chẽ, nhưng mỗi chủ thể đều đóng một vai trò không thể thay thế. Tuy nhiên, nông dân lại là đối tượng dễ bị tổn thương nhất trong chuỗi sản xuất. Họ phải đối mặt với nhiều khó khăn, từ biến động giá cả, thiếu thông tin về thị trường, cho đến các yếu tố rủi ro từ môi trường và dịch bệnh. Chính vì vậy, việc xây dựng các mối quan hệ bền vững, nâng cao sự liên kết trong chuỗi giá trị thủy sản là điều hết sức quan trọng để đảm bảo quyền lợi cho nông dân, đồng thời thúc đẩy sự phát triển bền vững của ngành thủy sản trong tương lai.

### 3.2. Đặc điểm và vai trò các tác nhân trung gian trong chuỗi giá trị nuôi trồng thủy sản

Tác nhân trung gian có thể được định nghĩa là các tác nhân tham gia vào chuỗi giá trị không bằng cách sản xuất trực tiếp mà bằng cách mua sản phẩm với giá thấp từ người sản xuất và bán lại với giá cao hơn, tạo ra lợi nhuận từ sự chênh lệch giá, hay là người kết nối giữa người mua và bán để hưởng lợi từ chiết khấu lợi nhuận/hoa hồng. Điều này khiến họ trở thành mắt xích không thể thiếu trong chuỗi giá trị, nhất là ở các khu vực sản xuất nhỏ lẻ và thiếu kết nối với thị trường lớn. Vai trò chính của họ là kết nối người sản xuất và người mua bằng cách thiết lập các mối quan hệ dài hạn với cả hai bên, điều này đặc biệt hữu ích trong các môi trường nơi thị trường thiếu minh bạch hoặc các quy định không được thực thi hiệu quả.

Trong chuỗi giá trị nuôi trồng thủy sản, tác nhân trung gian đóng vai trò quan trọng trong việc kết nối giữa người nuôi trồng, doanh nghiệp chế biến và thị trường tiêu thụ. Tác nhân trung gian bao gồm các nhà thu mua nhỏ lẻ, đại lý thu gom, thương lái và đôi khi cả các hợp tác xã hoặc tổ chức trung gian địa phương. Họ là những người đảm nhận việc thu mua sản phẩm từ các hộ nuôi trồng thủy sản, sau đó phân phối cho các doanh nghiệp chế biến hoặc đưa sản phẩm trực tiếp ra thị trường bán buôn và bán lẻ. Vai trò của họ không chỉ dừng lại ở việc vận chuyển và tiêu thụ sản phẩm mà còn góp phần điều tiết

giá cả thị trường, hỗ trợ tài chính và cung cấp các nguồn vật tư đầu vào như thức ăn thủy sản, giống và thuốc thú y thông qua hình thức tín dụng trả chậm.

Một đặc điểm nổi bật của các tác nhân trung gian là sự linh hoạt trong hoạt động. Họ thường có mạng lưới kết nối rộng khắp với người nuôi và các doanh nghiệp, giúp đảm bảo đầu ra ổn định cho sản phẩm thủy sản, đặc biệt ở các vùng nông thôn và khu vực có quy mô sản xuất nhỏ lẻ. Tác nhân trung gian thường hoạt động với quy mô tài chính vừa và nhỏ, nhưng khả năng ứng phó nhanh với biến động thị trường khiến họ trở thành mắt xích không thể thiếu trong chuỗi giá trị. Tuy nhiên, sự phụ thuộc của người nuôi vào các thương lái và đại lý cũng tạo nên một mối quan hệ mang tính bất đối xứng. Thương lái thường có quyền quyết định giá cả và điều kiện giao dịch, điều này có thể gây bất lợi cho người nuôi, đặc biệt trong bối cảnh thị trường biến động hoặc khi giá thủy sản giảm mạnh.

Trong chuỗi cung ứng thủy sản, các tác nhân trung gian đóng vai trò then chốt, đặc biệt trong bối cảnh sự phân mảnh cao của các hộ nông dân nhỏ và tính địa phương hóa mạnh mẽ của hoạt động sản xuất. Với khả năng kết nối giữa người sản xuất và người mua, họ là cầu nối quan trọng giữa các nhà bán buôn, nhà chế biến, hoặc thậm chí nhà bán lẻ quốc tế với các hộ sản xuất nhỏ lẻ. Sự hiện diện của các trung gian không chỉ giúp thu hẹp khoảng cách thông tin mà còn thu hẹp khoảng cách văn hóa, đặc biệt khi các hộ nông dân nhỏ không đủ năng lực để giao tiếp trực tiếp với thị trường quốc tế hoặc đáp ứng các yêu cầu phức tạp về tiêu chuẩn và chất lượng. Theo Vieira và Traill (2008) và Tran et al. (2013), các trung gian giúp đảm bảo tính liên tục của chuỗi cung ứng bằng cách xây dựng mối quan hệ giữa các bên liên quan, điều chỉnh cung cầu và thúc đẩy giao dịch hiệu quả trong một thị trường vốn thiếu tổ chức và không chính thức.

Trước hết, trung gian đóng vai trò như những nhà thu gom hoặc tập hợp sản phẩm từ các hộ sản xuất nhỏ. Họ thu mua sản phẩm ở quy

mô nhỏ lẻ và phối hợp việc giao hàng với số lượng lớn cho các nhà bán buôn hoặc nhà chế biến. Điều này giúp các nhà mua hàng lớn, như nhà chế biến xuất khẩu hoặc nhà bán lẻ quốc tế, không cần thiết lập và quản lý mối quan hệ với từng hộ sản xuất – một nhiệm vụ phức tạp và tốn kém. Theo Biglaiser (1993) và Suhaimee và cs. (2015), vai trò này của trung gian giúp giảm thiểu chi phí giao dịch, từ chi phí tìm kiếm nguồn cung đến chi phí thương lượng và vận chuyển, đồng thời đảm bảo sự ổn định trong chuỗi cung ứng.

Ngoài ra, trung gian cung cấp thông tin quan trọng về thị trường, bao gồm nhu cầu sản phẩm, giá cả và các yêu cầu tiêu chuẩn kỹ thuật. Nhờ mạng lưới rộng lớn và khả năng tiếp cận cả hai phía, người sản xuất và người mua, tác nhân trung gian đóng vai trò như những nhà điều phối thị trường, giúp điều chỉnh cung cầu. Ví dụ, trong các mùa vụ sản xuất lớn, trung gian có thể giúp người nông dân tìm đầu ra cho sản phẩm dư thừa, hoặc ngược lại, tìm nguồn cung khi thị trường có nhu cầu cao. Vai trò này không chỉ mang tính kinh tế mà còn giảm thiểu rủi ro cho cả người sản xuất và nhà mua hàng, đảm bảo chuỗi cung ứng hoạt động trơn tru.

Một vai trò quan trọng khác của các trung gian là tạo dựng niềm tin giữa các bên liên quan, đặc biệt trong các môi trường thiếu niềm tin vào các tổ chức chính thức. Trong nhiều chuỗi cung ứng ở Việt Nam, mối quan hệ giữa người nông dân và các nhà chế biến hoặc xuất khẩu thường thiếu minh bạch và dễ bị ảnh hưởng bởi các rủi ro như giá cả biến động, chất lượng không đạt chuẩn, hoặc giao hàng không đúng hạn. Các trung gian, thông qua danh tiếng cá nhân hoặc mối quan hệ lâu dài, trở thành người trung gian hòa giải, đảm bảo rằng giao dịch được thực hiện một cách suôn sẻ.

Trong các chuỗi giá trị nuôi trồng thủy sản, nơi mà các hợp đồng chính thức thường không phổ biến, niềm tin cá nhân đóng vai trò quan trọng hơn cả. Tác nhân trung gian thường phát triển mối quan hệ lâu dài với cả người nông dân và người mua hàng, dựa trên sự hiểu biết, kinh nghiệm và uy tín cá nhân. Điều này giúp giảm thiểu rủi ro hành

vi cơ hội từ cả hai phía. Chẳng hạn, người nông dân có thể giao sản phẩm cho người trung gian mà không cần lo lắng về việc thanh toán chậm, trong khi người mua cũng có thể tin tưởng rằng sản phẩm sẽ được giao đúng thời hạn và đáp ứng yêu cầu chất lượng.

Ngoài ra, trong bối cảnh toàn cầu hóa và tiêu chuẩn quốc tế ngày càng cao, trung gian cũng đóng vai trò "dịch chuyển" yêu cầu của thị trường đến các hộ sản xuất nhỏ. Họ có thể giải thích hoặc hướng dẫn người nông dân về các tiêu chuẩn an toàn thực phẩm, truy xuất nguồn gốc, hoặc các yêu cầu kỹ thuật khác. Điều này không chỉ giúp người nông dân đáp ứng nhu cầu thị trường mà còn nâng cao giá trị gia tăng của sản phẩm.

Mặc dù đóng vai trò quan trọng trong chuỗi cung ứng, nhưng các trung gian cũng đối mặt với nhiều thách thức và hạn chế. Một trong những vấn đề lớn nhất là sự thiếu minh bạch trong giao dịch, đặc biệt về giá cả. Vì trung gian hoạt động dựa trên chênh lệch giá để thu lợi nhuận, họ thường có quyền quyết định giá mua từ nông dân, dẫn đến tình trạng giá cả không công bằng, đặc biệt trong những thời điểm nông dân không có lựa chọn thay thế. Điều này tạo ra một mối quan hệ bất đối xứng, trong đó người nông dân, mắt xích yếu nhất trong chuỗi, thường phải chịu thiệt thòi. Hơn nữa, trong một số trường hợp, các trung gian có thể không chuyển tải đầy đủ hoặc chính xác các yêu cầu của thị trường đến người sản xuất. Điều này dẫn đến việc sản phẩm không đáp ứng được các tiêu chuẩn cần thiết, làm giảm giá trị và khả năng cạnh tranh trên thị trường quốc tế. Ngoài ra, các trung gian cũng đối mặt với sự cạnh tranh khốc liệt, đặc biệt trong các khu vực có nhiều tác nhân trung gian hoạt động, dẫn đến sự phân mảnh và giảm hiệu quả của chuỗi cung ứng.

### 3.3. Mối quan hệ giữa các tác nhân trong chuỗi giá trị nuôi trồng thủy sản

Kể từ khi Việt Nam bắt đầu khai thác các thị trường xuất khẩu thủy sản vào năm 1994, ngành nuôi trồng thủy sản đã chứng kiến sự phát triển mạnh mẽ, mở ra nhiều cơ hội xuất khẩu cho sản phẩm thủy

sản trong nước (Tran và cs, 2013). Trong giai đoạn này, ngành thủy sản Việt Nam không chỉ phát triển về quy mô mà còn khẳng định vị thế trong chuỗi cung ứng toàn cầu, đặc biệt là đối với các sản phẩm như tôm, cá tra và các loài hải sản khác. Tuy nhiên, dù có sự chuyển mình mạnh mẽ trong xuất khẩu, mô hình nuôi trồng thủy sản ở Việt Nam vẫn chủ yếu tập trung vào quy mô nhỏ lẻ, với rất ít sự tham gia của các doanh nghiệp lớn. Điều này tạo ra một sự phân hóa lớn trong ngành, khi mà các chuỗi cung ứng vẫn có phần rời rạc và thiếu sự liên kết chặt chẽ giữa các chủ thể trong chuỗi giá trị.

Một trong những mô hình phổ biến nhất trong nuôi trồng thủy sản nhỏ lẻ là mô hình nuôi tôm, nơi mà các hộ nông dân tự quản lý các ao nuôi với quy mô nhỏ và việc thu mua tôm chủ yếu được thực hiện thông qua các đại lý hoặc trung gian tại nhiều khu vực và tỉnh thành khác nhau. Đây là đặc điểm thường thấy ở các vùng ven biển của Việt Nam, nơi tôm được nuôi ở các ao hồ quy mô nhỏ, không có sự đầu tư lớn vào cơ sở hạ tầng hoặc công nghệ. Việc này dẫn đến sự thiếu hiệu quả trong việc tối ưu hóa năng suất cũng như chất lượng sản phẩm. Mô hình nuôi trồng thủy sản nhỏ lẻ này có các đặc điểm chính như sử dụng nguồn lực địa phương, đầu tư hạn chế vào tài sản vật chất và công nghệ và các nông dân tham gia vào nhiều hoạt động nông nghiệp khác nhau, thay vì chỉ chuyên biệt vào nuôi trồng thủy sản (McCoy và cs, 2010). Mặc dù mô hình này vẫn chiếm ưu thế trong toàn bộ ngành, nhưng nó lại có hạn chế lớn về mặt năng suất và khả năng cạnh tranh trên thị trường quốc tế.

Một trong những lý do khiến mô hình nuôi trồng nhỏ lẻ vẫn tồn tại là do sự thiếu hụt các chính sách hỗ trợ cũng như thiếu liên kết giữa các nông dân và các đối tác trong chuỗi giá trị thủy sản. Trong khi ngành nuôi trồng thủy sản đã được coi là một ngành công nghiệp thương mại quy mô lớn với khả năng xuất khẩu mạnh mẽ, các nông dân vẫn phải đối mặt với nhiều khó khăn trong việc tiếp cận các thị trường xuất khẩu. Điều này khiến họ gặp nhiều bất lợi trong việc thương lượng giá cả và hợp đồng với các doanh nghiệp chế biến hoặc

xuất khẩu. Việc thiếu thông tin thị trường, hạn chế về tài chính, cũng như thiếu các cơ sở hạ tầng phù hợp là những yếu tố khiến cho ngành nuôi trồng thủy sản nhỏ lẻ khó có thể phát triển bền vững và hiệu quả.

Trong các chuỗi giá trị xuất khẩu có tích hợp theo chiều dọc, nông dân quy mô nhỏ (SSF) có tiềm năng tạo ra giá trị cao hơn so với các ngư dân, nhưng cả hai nhóm này đều là những đối tượng dễ bị tổn thương nhất trong chuỗi giá trị của mình. Điều này chủ yếu xuất phát từ việc thiếu sức mạnh thương lượng, một rào cản lớn khiến họ không thể kiểm soát giá trị sản phẩm của mình trong quá trình sản xuất và tiêu thụ (Loc và cs, 2010). Các nhà chế biến và nhà bán lẻ, ở phía trên của chuỗi giá trị, thường chiếm phần lớn lợi nhuận gộp và có thu nhập cao nhất trong khi nông dân và ngư dân lại nhận được một phần nhỏ trong tổng giá trị của chuỗi. Hơn 2/3 lợi nhuận gộp trong chuỗi giá trị được các nhà chế biến và nhà bán lẻ chiếm giữ, khiến cho nông dân không thể gia tăng giá trị thu nhập từ sản phẩm của mình, mặc dù họ là những người đóng góp trực tiếp vào quá trình sản xuất.

Như vậy, dù ngành thủy sản Việt Nam đã đạt được những thành tựu nhất định trong việc xuất khẩu và phát triển thị trường quốc tế, mô hình nuôi trồng thủy sản nhỏ lẻ vẫn còn tồn tại nhiều vấn đề chưa được giải quyết. Các nông dân, mặc dù đóng vai trò quan trọng trong chuỗi cung ứng thủy sản, nhưng lại chưa nhận được sự hỗ trợ đầy đủ từ các chính sách và cơ cấu thị trường. Để ngành nuôi trồng thủy sản có thể phát triển bền vững và tăng cường khả năng cạnh tranh trên thị trường quốc tế, cần phải có những cải cách mạnh mẽ trong việc cải thiện liên kết giữa các chủ thể trong chuỗi giá trị, đồng thời cung cấp các chính sách hỗ trợ về tài chính, công nghệ và đào tạo cho nông dân. Chỉ khi đó, ngành nuôi trồng thủy sản Việt Nam mới có thể tối ưu hóa được tiềm năng và tạo ra giá trị gia tăng cao hơn từ sản phẩm thủy sản của mình.

Trong chuỗi giá trị toàn cầu của cá tra, các rào cản chính mà nông hộ nhỏ phải đối mặt bao gồm sức mạnh thương lượng yếu, năng

lực tài chính thấp và giá cả thấp, những yếu tố này khiến các nông hộ khó có thể tích hợp vào chuỗi giá trị toàn cầu (Khiêm và cs, 2010). Những yếu tố này phản ánh sự thiếu sự kết nối và hỗ trợ giữa các nông hộ và các chủ thể khác trong chuỗi cung ứng. Mặc dù cá tra là một trong những sản phẩm thủy sản chủ lực của Việt Nam trên thị trường quốc tế, nhưng nông dân sản xuất cá tra vẫn phải đối mặt với việc bị áp đặt mức giá thấp từ các nhà chế biến và nhà xuất khẩu. Điều này chủ yếu xuất phát từ việc thiếu khả năng đàm phán và thiếu thông tin về thị trường toàn cầu. Các nông hộ không có quyền quyết định giá bán mà thường phải chấp nhận giá mua từ các nhà chế biến, khiến họ khó có thể gia tăng lợi nhuận hoặc đầu tư vào việc cải thiện chất lượng sản phẩm.

Tình trạng tương tự cũng xuất hiện trong ngành nuôi tôm, nơi các nông dân cũng gặp phải những khó khăn lớn trong việc nâng cao vị thế của mình trong chuỗi giá trị. Cụ thể, việc thiếu thông tin thị trường, kỹ năng kỹ thuật và vốn tài chính đã đẩy các nông dân nuôi tôm vào vị trí thấp nhất trong chuỗi giá trị tôm (Ho, 2012). Điều này không chỉ ảnh hưởng đến khả năng sản xuất và chất lượng tôm, mà còn khiến nông dân phải chịu đựng những biến động lớn về giá cả, đặc biệt là khi phải đối mặt với sự cạnh tranh từ các quốc gia sản xuất tôm khác. Họ không thể tự định giá sản phẩm mà phải phụ thuộc vào các nhà chế biến hoặc các trung gian trong chuỗi cung ứng. Việc thiếu thông tin về thị trường và xu hướng tiêu thụ đã khiến nông dân gặp khó khăn trong việc điều chỉnh sản xuất và tối ưu hóa lợi nhuận.

Trong khi đó, các trung gian đóng một vai trò rất quan trọng trong ngành nuôi tôm tại Việt Nam. Những trung gian này bao gồm các đại lý, nhà thu mua và các công ty cung cấp dịch vụ hỗ trợ sản xuất và tiêu thụ tôm. Nông dân nhỏ lẻ, do hạn chế về tài chính và nguồn lực, phụ thuộc vào các trung gian không chỉ để cung cấp các đầu vào cần thiết như giống tôm, thức ăn, thuốc men, mà còn để thu hoạch và tiêu thụ sản phẩm. Các trung gian này có quyền lực lớn trong chuỗi cung ứng vì họ kiểm soát quá trình phân phối sản phẩm từ các

nông dân đến các nhà chế biến hoặc xuất khẩu. Khoảng 75% sản lượng tôm được chuyển qua các trung gian, trong khi phần còn lại được bán cho các nhà chế biến. Điều này cho thấy, trung gian không chỉ nắm giữ quyền lực lớn trong chuỗi cung ứng mà còn chi phối hầu hết quá trình giá trị gia tăng trong ngành nuôi tôm (Van Duijn và cs, 2012).

Một điều đáng lưu ý là chỉ khoảng 4% sản lượng tôm được bán tại thị trường nội địa, trong khi phần còn lại chủ yếu được xuất khẩu. Điều này phản ánh sự phụ thuộc lớn vào các thị trường quốc tế, đồng thời cho thấy tôm là một mặt hàng chủ lực xuất khẩu của Việt Nam. Tuy nhiên, điều này cũng tạo ra sự thiếu cân đối trong chuỗi giá trị khi mà nông dân và các nhà chế biến trong nước phải chấp nhận mức giá không ổn định từ các thị trường xuất khẩu, nơi giá cả được quyết định bởi các yếu tố bên ngoài và các trung gian quốc tế. Khi đó, các nhà chế biến và xuất khẩu lại là những đối tượng thu lợi nhiều nhất từ sự phụ thuộc này.

Những yếu tố trên chỉ ra một sự mất cân bằng trong chuỗi giá trị thủy sản, nơi mà các nông dân và các cơ sở sản xuất nhỏ lẻ không có đủ sức mạnh thương lượng để có thể thay đổi tình trạng hiện tại. Để giải quyết những vấn đề này, cần phải có các chính sách hỗ trợ mạnh mẽ hơn cho nông dân, giúp họ tiếp cận thông tin thị trường, đào tạo kỹ năng và công nghệ mới, đồng thời cải thiện khả năng tài chính để nâng cao vị thế của họ trong chuỗi giá trị. Việc này không chỉ giúp nâng cao lợi nhuận cho nông dân mà còn góp phần tạo ra một ngành nuôi tôm bền vững và hiệu quả hơn trong tương lai.

Các cơ quan chính quyền địa phương, hiệp hội nhà sản xuất và các tổ chức phi chính phủ (NGOs) hiện đang thực hiện các thay đổi quan trọng nhằm tái cấu trúc chuỗi giá trị thủy sản, đặc biệt là trong ngành nuôi tôm. Mục tiêu là hướng tới sự tích hợp dọc giữa các nhà chế biến và nông dân, nhằm tạo ra sự liên kết chặt chẽ hơn và gia tăng giá trị cho các bên tham gia chuỗi cung ứng. Tuy nhiên, mặc dù các nỗ lực này đã được triển khai, chuỗi giá trị nuôi tôm vẫn còn gặp nhiều

thách thức. Một trong những vấn đề lớn là việc tôm được qua tay nhiều người mua khác nhau trước khi đến tay nhà máy chế biến. Điều này không chỉ gây khó khăn trong việc kiểm soát chất lượng sản phẩm mà còn tiềm ẩn nguy cơ liên quan đến an toàn thực phẩm và khả năng truy xuất nguồn gốc. Việc thiếu một hệ thống quản lý chuỗi cung ứng hiệu quả đã làm tăng rủi ro mất mát thông tin quan trọng về sản phẩm, đặc biệt khi tôm được tiêu thụ tại các thị trường quốc tế có yêu cầu khắt khe về chất lượng và an toàn thực phẩm.

Mặc dù vậy, nông dân nhỏ lẻ thường ưu tiên bán tôm cho trung gian, vì các trung gian này có những lợi thế rõ rệt trong việc thanh toán. Trung gian thường thanh toán đúng hạn, trong khi các nhà xuất khẩu lại có thể chậm thanh toán, điều này gây bất lợi cho nông dân, đặc biệt là trong bối cảnh kinh tế khó khăn. Ngoài ra, trung gian có một lợi thế quan trọng nữa là họ thu mua toàn bộ sản lượng tôm, không phân biệt chất lượng sản phẩm, trong khi các nhà xuất khẩu có thể từ chối một số bộ phận của tôm nếu không đạt tiêu chuẩn chất lượng. Điều này khiến nông dân có xu hướng bán sản phẩm cho các trung gian, vì họ có thể tiêu thụ toàn bộ sản lượng mà không lo bị từ chối hàng hóa. Tuy nhiên, điều này cũng khiến chuỗi giá trị trở nên phức tạp hơn và giảm khả năng theo dõi và kiểm soát chất lượng từ đầu đến cuối chuỗi.

Ngược lại, trong ngành nuôi cá tra, các trung gian không đóng vai trò quan trọng trong quá trình giao dịch. Mức độ tích hợp theo chiều dọc cao hơn trong ngành này đã tạo điều kiện thuận lợi cho việc bán sản phẩm trực tiếp từ nông dân đến các nhà chế biến. Cụ thể, các công ty hỗ trợ nông dân trong việc thu hoạch và vận chuyển cá đến các nhà chế biến, giúp tạo ra một hệ thống phân phối hiệu quả hơn. Khoảng 90% sản lượng cá tra được bán trực tiếp từ nông dân đến nhà chế biến, trong khi chỉ 10% được thu mua qua trung gian. Điều này phản ánh một mức độ liên kết mạnh mẽ hơn giữa các chủ thể trong chuỗi giá trị, giúp giảm thiểu chi phí trung gian và gia tăng giá trị cho nông dân. Hơn nữa, với tỷ lệ xuất khẩu chiếm đến 98% sản lượng cá

tra, ngành nuôi cá tra đã thành công trong việc xây dựng một chuỗi giá trị mạnh mẽ và hiệu quả, đồng thời đưa sản phẩm ra thị trường quốc tế với chất lượng ổn định và minh bạch.

Dù vậy, trong khi thị trường cá tra đã đạt được mức độ tích hợp dọc cao hơn, thị trường "mua đứt bán đoạn" vẫn là môi trường hoạt động chính của hầu hết nông dân, nơi họ phải đối mặt với những thách thức về giá cả và chất lượng sản phẩm. Sự phát triển của các chuỗi giá trị vẫn cần phải có sự hỗ trợ mạnh mẽ từ các chính sách và các công ty để tăng cường sự liên kết giữa các nông dân và nhà chế biến, đồng thời cải thiện khả năng truy xuất nguồn gốc và đảm bảo chất lượng sản phẩm trong toàn bộ chuỗi cung ứng. Các nỗ lực tích hợp theo chiều dọc là rất quan trọng, nhưng cũng cần phải giải quyết vấn đề của các trung gian, tạo ra một môi trường minh bạch và hiệu quả hơn cho tất cả các bên tham gia chuỗi giá trị thủy sản.

### 3.4. Mối quan hệ giữa tác nhân trung gian và các tác nhân trong chuỗi

Mối quan hệ giữa tác nhân trung gian và các tác nhân trong chuỗi giá trị nuôi trồng thủy sản đóng vai trò then chốt trong việc duy trì và thúc đẩy sự phát triển bền vững của ngành này. Các tác nhân trung gian bao gồm các tổ chức, doanh nghiệp, hoặc cá nhân không trực tiếp tham gia vào quá trình nuôi trồng nhưng đóng vai trò quan trọng trong việc liên kết sản phẩm từ người sản xuất đến người tiêu dùng cuối cùng. Các tác nhân này có thể là nhà cung cấp giống thủy sản, thức ăn, thuốc thú y, các cơ sở chế biến, phân phối và bán lẻ. Mối quan hệ giữa tác nhân trung gian và các tác nhân khác trong chuỗi giá trị có ảnh hưởng trực tiếp đến hiệu quả sản xuất, chất lượng sản phẩm và lợi nhuận trong ngành nuôi trồng thủy sản.

*Mối quan hệ giữa người trung gian và người sản xuất*

Trong chuỗi giá trị nuôi trồng thủy sản tại Việt Nam, người trung gian, bao gồm người thu gom và các nhà cung cấp dịch vụ hỗ trợ, đóng vai trò là cầu nối quan trọng giữa người sản xuất và các tác nhân khác. Người trung gian giúp người sản xuất tiêu thụ sản phẩm

thủy sản, đặc biệt là ở các khu vực nông thôn hoặc vùng sâu, vùng xa, nơi người sản xuất thường thiếu điều kiện tiếp cận trực tiếp với thị trường. Vai trò này rất phổ biến trong nuôi tôm, cá tra ở Đồng bằng sông Cửu Long, khi các hộ nuôi nhỏ lẻ dựa vào người thu gom để bán sản phẩm của mình. Tuy nhiên, mối quan hệ này không phải lúc nào cũng bền vững do sự bất cân xứng về quyền lực và thông tin. Người trung gian thường nắm quyền định giá sản phẩm và người sản xuất khó có khả năng thương lượng, dẫn đến việc giá bán thường thấp hơn giá trị thực của sản phẩm. Điều này đặc biệt phổ biến trong những thời điểm nguồn cung dư thừa, khi người sản xuất không có lựa chọn nào khác ngoài việc bán sản phẩm với giá thấp để giảm tổn thất. Ngược lại, người trung gian cũng đóng vai trò quan trọng trong việc cung cấp thông tin thị trường, yêu cầu chất lượng và hỗ trợ kỹ thuật cho người sản xuất. Một số hệ thống liên kết chuỗi giá trị, như các hợp tác xã nuôi trồng thủy sản, đã tìm cách cải thiện mối quan hệ này thông qua việc đàm phán tập thể và xây dựng các hợp đồng liên kết dài hạn.

*Mối quan hệ giữa người trung gian và người chế biến*

Người trung gian, đặc biệt là các nhà thu gom và các nhà bán buôn, đóng vai trò thiết yếu trong chuỗi cung ứng thủy sản ở Việt Nam. Họ là cầu nối quan trọng giữa người nuôi trồng thủy sản và các doanh nghiệp chế biến, giúp đảm bảo nguồn cung nguyên liệu ổn định, liên tục và đáp ứng được nhu cầu đa dạng của thị trường. Trong ngành thủy sản, đặc biệt là đối với những mặt hàng có nhu cầu xuất khẩu lớn như tôm đông lạnh và cá tra, vai trò của người trung gian trở nên càng quan trọng hơn do sự biến động của nguồn cung theo mùa vụ, điều kiện thời tiết và yêu cầu về chất lượng sản phẩm. Ở Việt Nam, các doanh nghiệp chế biến thủy sản lớn như Minh Phú Seafood, Vĩnh Hoàn,… thường không thu mua nguyên liệu trực tiếp từ từng hộ nuôi nhỏ lẻ mà thay vào đó phụ thuộc rất nhiều vào các nhà trung gian để đảm bảo dòng chảy nguyên liệu ổn định. Điều này là do đặc điểm của ngành thủy sản Việt Nam, nơi phần lớn sản lượng đến từ các hộ

nuôi nhỏ lẻ, không có hệ thống phân phối trực tiếp đến nhà máy chế biến. Các nhà trung gian giúp tập hợp sản lượng từ nhiều hộ nuôi, thực hiện phân loại, sơ chế, bảo quản và vận chuyển nguyên liệu đến nhà máy chế biến một cách hiệu quả. Nhờ đó, các doanh nghiệp chế biến có thể giảm bớt gánh nặng quản lý hàng nghìn nhà cung cấp nhỏ lẻ, tiết kiệm chi phí logistics và duy trì sự ổn định trong sản xuất.

Một trong những lợi ích quan trọng nhất của người trung gian là giúp tối ưu hóa chi phí giao dịch và vận chuyển trong chuỗi cung ứng thủy sản. Vì người thu gom có mạng lưới rộng khắp và am hiểu địa bàn, họ có thể nhanh chóng thu gom nguyên liệu từ các vùng nuôi trồng và vận chuyển đến các doanh nghiệp chế biến với chi phí thấp hơn so với việc doanh nghiệp tự thu mua trực tiếp từ từng hộ nuôi. Điều này đặc biệt quan trọng trong ngành thủy sản, nơi tính chất dễ hư hỏng của nguyên liệu đòi hỏi phải có quy trình thu mua, bảo quản và vận chuyển hiệu quả để duy trì chất lượng sản phẩm. Ngoài ra, người trung gian đóng vai trò quan trọng trong đảm bảo chất lượng nguyên liệu. Các nhà trung gian thường sàng lọc, phân loại và kiểm tra chất lượng nguyên liệu trước khi giao cho nhà máy chế biến, giúp đảm bảo rằng chỉ những nguyên liệu đạt chuẩn mới được đưa vào quy trình sản xuất. Hơn nữa, người trung gian giúp cân bằng cung cầu trên thị trường. Khi sản lượng thủy sản tăng cao vào mùa vụ, họ giúp hấp thụ nguồn cung dư thừa, ngăn chặn tình trạng giá giảm mạnh do cung vượt quá cầu. Ngược lại, khi sản lượng giảm vào những thời điểm ngoài vụ, họ đóng vai trò dự trữ và phân phối nguyên liệu, đảm bảo rằng các doanh nghiệp chế biến vẫn có đủ nguyên liệu để duy trì hoạt động sản xuất. Điều này đặc biệt quan trọng đối với các ngành hàng xuất khẩu, nơi các doanh nghiệp cần duy trì đơn hàng liên tục và đảm bảo thời gian giao hàng cho đối tác quốc tế.

*Mối quan hệ giữa người trung gian và doanh nghiệp*

Trong chuỗi giá trị nuôi trồng thủy sản, các doanh nghiệp, đặc biệt là doanh nghiệp xuất khẩu, phụ thuộc vào người trung gian để duy

trì nguồn cung và đáp ứng nhu cầu thị trường. Người trung gian không chỉ cung cấp nguyên liệu mà còn giúp doanh nghiệp tiếp cận các nhà bán lẻ hoặc các đối tác quốc tế thông qua mạng lưới phân phối rộng lớn. Điều này đặc biệt quan trọng trong các ngành hàng xuất khẩu chủ lực như tôm và cá tra, nơi nhu cầu từ các thị trường lớn như Mỹ, EU và Nhật Bản rất cao. Tuy nhiên, mối quan hệ giữa người trung gian và doanh nghiệp thường bị ảnh hưởng bởi sự không ổn định của thị trường và các rủi ro liên quan đến chuỗi cung ứng. Chẳng hạn, khi xảy ra biến động giá cả hoặc yêu cầu kiểm tra gắt gao từ các thị trường nhập khẩu, người trung gian có thể gặp khó khăn trong việc đáp ứng nhu cầu của doanh nghiệp. Điều này dẫn đến sự phụ thuộc lớn hơn của các doanh nghiệp vào các đối tác trung gian đáng tin cậy hoặc các hệ thống liên kết chuỗi giá trị bền vững hơn. Một ví dụ tiêu biểu là việc Vĩnh Hoàn xây dựng các mối quan hệ trực tiếp với người nuôi cá tra ở Đồng bằng sông Cửu Long, giảm thiểu sự phụ thuộc vào các nhà trung gian.

*Mối quan hệ giữa người trung gian và người tiêu dùng*

Người trung gian, đặc biệt là các nhà phân phối và bán lẻ, đóng vai trò trực tiếp trong việc đưa sản phẩm thủy sản từ nhà sản xuất đến tay người tiêu dùng. Tại Việt Nam, các tác nhân này bao gồm các chợ truyền thống, siêu thị và các sàn thương mại điện tử. Người trung gian giúp chuyển đổi các sản phẩm thủy sản tươi sống thành các sản phẩm dễ tiêu thụ hơn, như cá phi lê, tôm đông lạnh, hoặc các món chế biến sẵn, đáp ứng nhu cầu ngày càng đa dạng của người tiêu dùng. Mặc dù vậy, mối quan hệ này cũng đặt ra nhiều thách thức. Người tiêu dùng ngày nay có yêu cầu cao về tính minh bạch, nguồn gốc sản phẩm và an toàn thực phẩm. Điều này tạo áp lực lớn lên người trung gian trong việc duy trì chất lượng sản phẩm và cung cấp thông tin rõ ràng. Ví dụ, tại các thành phố lớn như Hà Nội và TP. Hồ Chí Minh, nhiều người tiêu dùng yêu cầu sản phẩm thủy sản phải có chứng nhận VietGAP hoặc GlobalGAP, buộc các nhà phân phối và bán lẻ phải kiểm soát chặt chẽ nguồn cung từ các nhà sản xuất và trung gian.

### 3.5. Những yếu tố cấu thành vị thế quản trị chuỗi của tác nhân trung gian

Trong chuỗi giá trị nuôi trồng thủy sản tại Việt Nam, tác nhân trung gian nắm giữ vai trò then chốt, không chỉ là người kết nối các bên mà còn góp phần điều tiết dòng chảy sản phẩm, thông tin và giá trị kinh tế. Vị thế quản trị chuỗi của họ được định hình bởi nhiều yếu tố mang tính hệ thống, bao gồm quyền lực kinh tế, mạng lưới kết nối, năng lực quản lý, mức độ chuyên môn hóa, sự hỗ trợ chính sách và khả năng thích nghi với các biến động thị trường. Phân tích sâu từng yếu tố này sẽ làm rõ vì sao tác nhân trung gian thường chi phối chuỗi giá trị thủy sản.

*Quyền lực kinh tế và tài chính*

Quyền lực kinh tế là yếu tố cơ bản và quan trọng nhất củng cố vị thế quản trị chuỗi của tác nhân trung gian. Họ thường sở hữu nguồn vốn lớn hơn người sản xuất, cho phép họ mua sản phẩm với số lượng lớn hoặc ứng trước tiền cho người nuôi để đảm bảo nguồn cung ổn định. Quyền lực tài chính này đặc biệt rõ ràng ở các khu vực nuôi thủy sản nhỏ lẻ, nơi người sản xuất thiếu vốn đầu tư và phụ thuộc vào người trung gian để trang trải chi phí nuôi trồng. Ví dụ, trong ngành nuôi cá tra ở Đồng bằng sông Cửu Long, nhiều hộ nuôi cá nhỏ không có khả năng tự tiếp cận doanh nghiệp chế biến lớn, dẫn đến việc bán cá thông qua người thu gom. Những người trung gian này thường ứng tiền mua thức ăn hoặc trả trước một phần tiền cho người nuôi, đổi lại quyền kiểm soát giá cả và lịch thu mua. Tuy nhiên, quyền lực kinh tế này cũng tạo ra sự bất bình đẳng trong chuỗi giá trị, vì người sản xuất thường phải chịu mức giá thấp hơn giá thị trường thực tế, trong khi người trung gian hưởng lợi từ việc định giá.

*Mạng lưới kết nối và khả năng tiếp cận thị trường*

Một trong những lợi thế nổi bật của tác nhân trung gian là mạng lưới kết nối sâu rộng với các bên khác trong chuỗi giá trị, từ người sản xuất, doanh nghiệp chế biến, đến nhà bán lẻ và thị trường tiêu dùng

cuối cùng. Họ đóng vai trò là mắt xích trung tâm trong việc thu gom sản phẩm từ các hộ nuôi nhỏ lẻ và cung cấp chúng cho các doanh nghiệp hoặc nhà bán buôn. Mạng lưới kết nối này không chỉ giúp họ tiếp cận các nguồn cung cấp đa dạng mà còn cho phép họ linh hoạt điều chỉnh sản phẩm theo nhu cầu thị trường. Ví dụ, trong ngành nuôi tôm, người trung gian thường thu mua từ nhiều nguồn khác nhau để đáp ứng nhu cầu biến động của các doanh nghiệp chế biến xuất khẩu. Sự đa dạng hóa nguồn cung này giúp người trung gian kiểm soát chuỗi cung ứng, giảm rủi ro thiếu hụt nguyên liệu trong các mùa cao điểm. Ngoài ra, mạng lưới phân phối rộng lớn của người trung gian cũng giúp họ giữ vị thế chi phối trong việc đưa sản phẩm thủy sản từ khu vực sản xuất đến các chợ đầu mối lớn như chợ Bình Điền (TP. Hồ Chí Minh) hay chợ Long Biên (Hà Nội). Thông qua việc kiểm soát các kênh phân phối, người trung gian có thể điều tiết nguồn cung, ảnh hưởng đến giá cả thị trường và tối ưu hóa lợi nhuận.

*Năng lực quản lý và tổ chức chuỗi cung ứng*

Khả năng tổ chức và quản lý dòng chảy sản phẩm là yếu tố quan trọng củng cố vị thế của người trung gian. Trong chuỗi giá trị thủy sản, đảm bảo chất lượng sản phẩm từ khâu thu hoạch đến khi giao hàng là một thách thức lớn, đặc biệt với các sản phẩm tươi sống như tôm, cá, hoặc nghêu. Người trung gian thường phải đầu tư vào các hệ thống bảo quản như xe lạnh, kho đông lạnh và quy trình vận chuyển để đáp ứng các yêu cầu khắt khe từ doanh nghiệp chế biến hoặc thị trường xuất khẩu. Năng lực quản lý này không chỉ giúp người trung gian nâng cao giá trị gia tăng cho sản phẩm mà còn củng cố lòng tin từ phía doanh nghiệp chế biến và nhà bán lẻ. Điều này tạo ra một vị thế mạnh mẽ, khiến họ trở thành một tác nhân không thể thay thế trong chuỗi giá trị. Ví dụ, trong ngành tôm đông lạnh, một số nhà thu gom lớn ở Cà Mau đã áp dụng công nghệ bảo quản tiên tiến để giữ chất lượng tôm trong quá trình vận chuyển đến nhà máy chế biến. Ngoài ra, họ cũng thường xuyên kiểm tra chất lượng sản phẩm tại chỗ để

đảm bảo rằng sản phẩm đáp ứng các tiêu chuẩn quốc tế như HACCP, VietGAP, hoặc GlobalGAP.

*Khả năng đàm phán và kiểm soát thông tin*

Người trung gian thường giữ lợi thế trong việc kiểm soát thông tin về nguồn cung, giá cả và nhu cầu thị trường. Sự bất cân xứng thông tin này giúp họ đàm phán có lợi hơn với các tác nhân khác trong chuỗi giá trị. Ví dụ, họ có thể thương lượng giá thấp hơn với người sản xuất khi thị trường có dấu hiệu dư cung, nhưng lại bán với giá cao hơn cho doanh nghiệp hoặc nhà bán lẻ khi nhu cầu tăng cao. Ngoài ra, người trung gian thường là nguồn cung cấp thông tin thị trường quan trọng cho người sản xuất. Họ truyền đạt các yêu cầu về chất lượng, kích cỡ và thời gian giao hàng từ các doanh nghiệp chế biến hoặc nhà bán lẻ, giúp người sản xuất điều chỉnh hoạt động nuôi trồng. Tuy nhiên, vai trò này đôi khi cũng bị lợi dụng để tăng thêm lợi ích cho bản thân, như việc cung cấp thông tin không đầy đủ hoặc sai lệch nhằm ép giá người sản xuất.

*Mức độ chuyên môn hóa và tích hợp chuỗi giá trị*

Những tác nhân trung gian có mức độ chuyên môn hóa cao và khả năng tích hợp trong chuỗi giá trị thường giữ vai trò quản trị mạnh mẽ hơn. Thay vì chỉ tham gia vào khâu thu gom, nhiều tác nhân trung gian đã mở rộng hoạt động sang các khâu khác như chế biến sơ cấp, bảo quản và thậm chí là xuất khẩu. Điều này giúp họ không chỉ kiểm soát một phần lớn hơn trong chuỗi giá trị mà còn nâng cao khả năng cạnh tranh trên thị trường. Ví dụ, một số doanh nghiệp trung gian lớn ở Đồng bằng sông Cửu Long đã đầu tư vào nhà máy sơ chế và đóng gói sản phẩm để cung cấp trực tiếp cho các nhà bán lẻ hoặc chuỗi siêu thị lớn như Co.opmart hoặc Big C. Sự tích hợp này không chỉ gia tăng giá trị sản phẩm mà còn giúp họ giảm phụ thuộc vào các doanh nghiệp chế biến lớn, từ đó củng cố vị thế quản trị của mình.

# CHƯƠNG 4
# MINH CHỨNG THỰC TIỄN VỀ QUẢN TRỊ CHUỖI GIÁ TRỊ TRONG NUÔI TRỒNG THUỶ SẢN

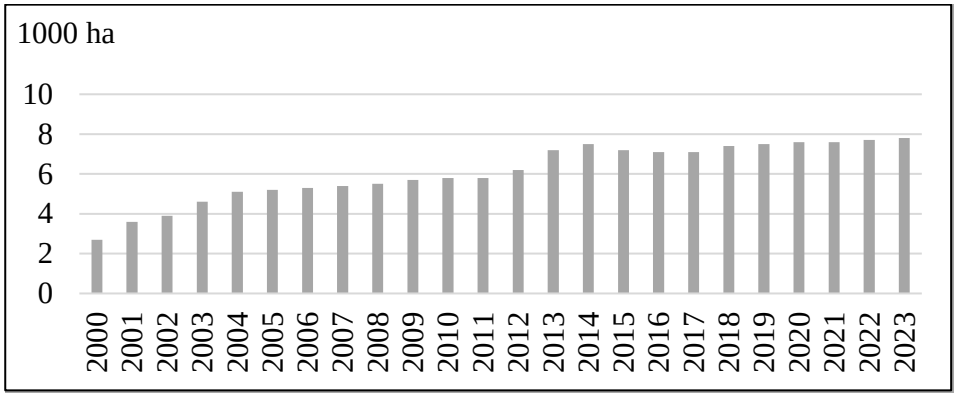
## 4.1. Hoạt động nuôi trồng thủy sản tại thành phố Huế

### *4.1.1. Hoạt động nuôi xen ghép*

Nuôi trồng thủy sản không chỉ đóng vai trò là động lực phát triển kinh tế mà còn góp phần định hình một cơ cấu kinh tế hiện đại, bền vững cho thành phố Huế. Điều này được minh chứng rõ ràng qua sự tăng trưởng vượt bậc về sản lượng nuôi trồng thuỷ sản từ 1.000 tấn vào đầu những năm 2000 lên hơn 20.000 tấn vào năm 2023. Đây là một bước tiến ấn tượng, không chỉ thể hiện sự thay đổi về quy mô mà còn cho thấy khả năng khai thác hiệu quả tiềm năng tự nhiên, tài nguyên và nhân lực của thành phố. Sự tăng trưởng sản lượng nuôi trồng thuỷ sản song hành với sự mở rộng đáng kể diện tích nuôi trồng, từ 2,7 nghìn ha năm 2000 lên 7,8 nghìn ha vào năm 2023. Việc mở rộng này không chỉ phản ánh sự tăng cường đầu tư vào cơ sở hạ tầng và diện tích nuôi trồng mà còn khẳng định tầm nhìn chiến lược trong khai thác và quản lý tài nguyên thiên nhiên. Kế hoạch mở rộng được thực hiện một cách bài bản, tập trung vào các khu vực có tiềm năng lớn như đầm phá Tam Giang - Cầu Hai, nơi cung cấp điều kiện môi trường lý tưởng cho các loài thủy sản nước lợ. Điều này không chỉ giúp tối ưu hóa năng suất mà còn đảm bảo khả năng phát triển lâu dài của ngành.

Đóng vai trò quan trọng trong sự tăng trưởng vượt bậc của nuôi trồng thuỷ sản là sự đầu tư bài bản từ cả chính quyền địa phương và các doanh nghiệp. Đầu tư này không chỉ tập trung vào cơ sở hạ tầng nuôi trồng mà còn chú trọng vào việc nghiên cứu, ứng dụng công nghệ hiện đại để tăng năng suất và giảm rủi ro môi trường. Sự thành công của nuôi trồng thuỷ sản tại thành phố Huế còn đến từ tầm nhìn chiến lược trong việc xây dựng ngành này thành một trong những

ngành kinh tế mũi nhọn của thành phố. Chính quyền địa phương đã định hướng rõ ràng về việc phát triển nuôi trồng thuỷ sản không chỉ nhằm đáp ứng nhu cầu trong nước mà còn nhắm đến thị trường xuất khẩu. Điều này thể hiện qua việc đẩy mạnh liên kết chuỗi giá trị, từ khâu nuôi trồng, chế biến, đến tiêu thụ. Thành phố đã xây dựng các mô hình liên kết hợp tác giữa người nuôi và doanh nghiệp, đảm bảo chất lượng sản phẩm đầu ra, đồng thời nâng cao giá trị sản phẩm thông qua việc chế biến sâu và xây dựng thương hiệu. Với sự phát triển mạnh mẽ và bền vững, nuôi trồng thuỷ sản tại thành phố Huế không chỉ mang lại lợi ích cho địa phương mà còn góp phần quan trọng vào kim ngạch xuất khẩu thủy sản của cả nước. Các sản phẩm thủy sản của thành phố, như tôm, cua, cá, ngày càng khẳng định chất lượng và vị thế trên thị trường quốc tế. Sự tăng trưởng này còn cho thấy tầm quan trọng của nuôi trồng thuỷ sản trong việc giảm áp lực khai thác tự nhiên, bảo vệ môi trường và hướng tới mục tiêu phát triển bền vững.




**Hình 5. Diện tích nuôi trồng thủy sản thành phố Huế qua các năm**

*(Nguồn: Tổng cục Thống kê Việt Nam, 2024)*

Trong các diện tích nuôi trồng thuỷ sản của thành phố Huế, Đầm phá Tam Giang - Cầu Hai, nổi tiếng là vùng đầm phá lớn nhất Đông Nam Á, là một trong những tài sản tự nhiên quý giá nhất góp phần thúc đẩy ngành Nuôi trồng thuỷ sản của thành phố Huế. Với diện tích mặt nước hơn 22.000 ha, trải dài qua năm huyện và thị xã (Phong

Điền, Quảng Điền, Hương Trà, Phú Vang và Phú Lộc), đầm phá này không chỉ là một vùng sinh thái đa dạng mà còn mang lại lợi thế tự nhiên vượt trội cho hoạt động nuôi trồng thủy sản. Hệ sinh thái nước lợ độc đáo của Tam Giang - Cầu Hai cung cấp môi trường sống lý tưởng cho nhiều loài thủy sản có giá trị cao, tạo điều kiện để ngành Nuôi trồng thuỷ sản phát triển mạnh mẽ. Không chỉ vậy, vùng đầm phá này còn là điểm tựa kinh tế quan trọng, tạo công ăn việc làm, cải thiện thu nhập và thúc đẩy sinh kế bền vững cho hàng ngàn hộ dân ven đầm phá. Sự kết hợp giữa tiềm năng tự nhiên và nỗ lực phát triển của chính quyền đã biến Tam Giang - Cầu Hai thành "trái tim" của ngành Nuôi trồng thuỷ sản thành phố, góp phần đáng kể vào sự chuyển mình kinh tế của khu vực.

Nhằm khai thác tối đa lợi thế của đầm phá Tam Giang - Cầu Hai, thành phố Huế đã áp dụng chiến lược đa dạng hóa hình thức nuôi trồng thủy sản một cách hiệu quả. Các mô hình nuôi trồng như chuyên tôm, nuôi xen ghép (NXG) (tôm - cá, tôm - cua), nuôi trong ao đất, ao lưới và lồng bè được triển khai rộng rãi, tận dụng tối đa diện tích mặt nước và gia tăng giá trị sản phẩm. Những hình thức nuôi này không chỉ đảm bảo tăng sản lượng mà còn giúp giảm thiểu tác động tiêu cực đến môi trường, giảm rủi ro về dịch bệnh và nâng cao năng suất kinh tế. Đây là một phần trong chiến lược phát triển bền vững của thành phố, không chỉ tập trung vào việc khai thác lợi ích kinh tế mà còn đảm bảo sự bảo tồn lâu dài của hệ sinh thái độc đáo tại đầm phá. Chính những giải pháp này đã tạo ra nền tảng vững chắc để nuôi trồng thuỷ sản tại Tam Giang - Cầu Hai phát triển ổn định và tiếp tục đóng góp vào sự phồn thịnh của thành phố Huế.

Hoạt động nuôi trồng thuỷ sản ở đầm phá bắt đầu từ những năm 1990, với hình thức nuôi chuyên tôm sú là trọng tâm. Giai đoạn này, tôm sú được xem như loài thủy sản có giá trị cao, mang lại nguồn thu nhập lớn cho người dân địa phương. Trong những năm đầu triển khai, mô hình nuôi tôm sú đã đạt được những thành công nhất định, góp phần cải thiện đời sống kinh tế của nhiều hộ gia đình ven đầm phá. Tuy nhiên, sự phụ thuộc hoàn toàn vào một loại hình nuôi trồng này đã sớm bộc lộ nhiều bất cập. Các đợt dịch bệnh thường xuyên xảy ra,

cùng với sự gia tăng chi phí sản xuất, khiến nhiều hộ dân rơi vào cảnh nợ nần. Tình trạng này đặt ra yêu cầu cấp bách về việc tìm kiếm một mô hình nuôi trồng bền vững hơn. Nhằm khắc phục những rủi ro từ nuôi chuyên tôm, từ năm 2008, chính quyền địa phương cùng người dân đã triển khai mạnh mẽ hình thức NXG, kết hợp nhiều loài thủy sản như tôm, cua và cá. Đây được coi là bước tiến quan trọng trong hoạt động nuôi trồng thuỷ sản tại đầm phá Tam Giang - Cầu Hai. Hình thức NXG mang lại nhiều lợi ích, (i) Giảm rủi ro dịch bệnh, việc nuôi nhiều loài trong cùng một không gian giúp cân bằng hệ sinh thái ao nuôi, hạn chế sự phát triển của mầm bệnh. (ii) Tăng hiệu quả kinh tế, NXG tạo ra nguồn thu nhập ổn định hơn, vì giá trị kinh tế của các loài được kết hợp có thể bù đắp cho nhau khi giá cả thị trường biến động. (iii) Bảo vệ môi trường, mô hình này tận dụng tốt hơn các nguồn tài nguyên tự nhiên và hạn chế ô nhiễm nước do chất thải từ các loài được tái sử dụng trong chuỗi sinh thái ao nuôi. Hình 6 minh hoạ về hình thức nuôi trồng thuỷ sản đặc trưng tại khu vực đầm phá Tam Giang - Cầu Hai. Các mô hình này phản ánh sự thích ứng của người dân với điều kiện sinh thái đặc thù của đầm phá, đồng thời cho thấy sự đa dạng trong phương thức canh tác nhằm tối ưu hóa nguồn lợi thủy sản và phát triển kinh tế bền vững.

**Hình 6. Minh hoạ hoạt động nuôi trồng thủy sản ở đầm phá Tam Giang – Cầu Hai**

*(Nguồn: Tác giả tự tổng hợp)*

Nuôi chắn sáo là một hình thức nuôi trồng thuỷ sản được phát triển từ hoạt động khai thác truyền thống bằng nò sáo tại đầm phá Tam Giang - Cầu Hai. Đây là quá trình chuyển đổi sáng tạo nhằm tận dụng vị trí và diện tích khai thác sẵn có để xây dựng các ao nuôi. Hệ thống ao được tạo thành bằng cách đóng cọc gỗ và căng lưới bao quanh bốn phía, tạo ra một không gian nuôi tương đối khép kín nhưng vẫn giữ được sự lưu thông nước với đầm phá. Điều này mang lại lợi ích lớn khi môi trường nuôi gần giống tự nhiên, nguồn thức ăn thủy sinh chủ yếu có sẵn trong đầm phá, giúp giảm chi phí đầu vào. Tuy nhiên, mô hình nuôi chắn sáo cũng gặp nhiều hạn chế, đặc biệt là việc không kiểm soát được các yếu tố môi trường như độ mặn, nhiệt độ, hay dịch bệnh, dẫn đến rủi ro cao trong sản xuất. Hoạt động nuôi chắn sáo chủ yếu tập trung vào NXG các loài như tôm sú, cua, cá kình, cá dìa, cá nâu, cá chẽm và cá đối, mang lại hiệu quả kinh tế tốt nhờ sự đa dạng sinh thái. Mặc dù vậy, hình thức này chỉ thích hợp cho một vụ nuôi kéo dài từ tháng 3 đến tháng 8, bởi các tháng còn lại thường chịu ảnh hưởng nghiêm trọng của lũ lụt và hiện tượng ngọt hóa nước. Dù tồn tại nhiều thách thức, nuôi chắn sáo vẫn là lựa chọn quan trọng đối với người dân ven đầm phá, đặc biệt với các hộ gia đình có nguồn lực hạn chế nhưng muốn tận dụng tiềm năng sẵn có từ môi trường tự nhiên.

Nuôi thấp triều là hình thức nuôi trồng thuỷ sản phổ biến tại các khu vực ven đầm phá, được triển khai bằng cách đóng cọc và đắp đất để xây dựng các ao nuôi. Quá trình này đòi hỏi sự đầu tư lớn về thời gian, công sức và chi phí, tùy thuộc vào điều kiện kinh tế và địa lý của từng hộ gia đình. Ao nuôi thường được thiết kế với sự kết hợp giữa bờ đất và hàng rào lưới phía trên để bảo vệ ao khi mực nước dâng cao trong mùa mưa. Với đặc điểm địa hình thấp, hình thức nuôi này vẫn phụ thuộc vào nguồn nước từ đầm phá và chịu ảnh hưởng của các yếu tố tự nhiên như bão lũ và ngọt hóa, nhưng người dân có thể kiểm soát một phần môi trường ao nuôi. Nuôi thấp triều thường áp dụng mô hình NXG, kết hợp nhiều loài như tôm, cua, cá kình, cá chẽm để tối ưu hóa nguồn lực và giảm thiểu rủi ro về giá cả và dịch bệnh. Vụ nuôi

chính thường diễn ra từ tháng 3 đến tháng 8, khi các điều kiện môi trường thuận lợi và có thể thả thêm vụ phụ với mật độ thấp hơn trong các tháng còn lại để tận dụng thời gian rỗi. Tuy nhiên, việc nuôi vụ phụ tiềm ẩn nhiều rủi ro do thời tiết bất lợi trong mùa mưa bão. Nuôi thấp triều không chỉ giúp tăng thu nhập cho các hộ dân mà còn góp phần bảo vệ và khai thác bền vững tài nguyên đầm phá, đóng vai trò quan trọng trong việc phát triển kinh tế nông thôn ven phá.

Nuôi cao triều là một trong những hình thức nuôi trồng thuỷ sản xuất hiện muộn nhất tại đầm phá Tam Giang - Cầu Hai, đánh dấu bước chuyển mình mạnh mẽ từ các khu vực đất nông nghiệp kém hiệu quả sang nuôi trồng thủy sản. Khu vực nuôi cao triều thường nằm ở vị trí cao hơn, ít bị ảnh hưởng bởi lũ lụt hay bão lũ, đồng thời cho phép người dân kiểm soát chặt chẽ nguồn nước và các điều kiện môi trường trong ao nuôi. Hình thức này phù hợp để triển khai các mô hình nuôi chuyên tôm sú hoặc NXG với các loài thủy sản khác như cua, cá và thậm chí ương giống để cung cấp cho các hộ nuôi khác. Một trong những ưu điểm nổi bật của nuôi cao triều là khả năng khai thác quanh năm với từ 2 đến 3 vụ nuôi mỗi năm, mang lại năng suất và giá trị kinh tế cao hơn so với các hình thức nuôi khác. Do môi trường ao nuôi được kiểm soát tốt, người dân có thể áp dụng các phương pháp nuôi thâm canh hoặc bán thâm canh, tối ưu hóa hiệu quả sử dụng diện tích. Tuy nhiên, chi phí đầu tư ban đầu để chuyển đổi từ đất nông nghiệp sang nuôi trồng thuỷ sản thường cao, bao gồm cả việc cải tạo đất, xây dựng cơ sở hạ tầng và mua giống.

### *4.1.2. Hoạt động nuôi tôm thẻ chân trắng*

TTCT đã trở thành một trong những đối tượng nuôi trồng thuỷ sản chủ lực và ngày càng khẳng định vai trò quan trọng tại thành phố Huế. Với những ưu thế vượt trội về năng suất, khả năng thích nghi tốt với điều kiện môi trường và giá trị kinh tế cao, TTCT đã trở thành lựa chọn hàng đầu của người dân ven biển. Trước đây, các hình thức nuôi trồng thuỷ sản tại địa phương thường gặp khó khăn do hạn chế về kỹ

thuật, rủi ro dịch bệnh và chi phí sản xuất cao, nhưng sự xuất hiện của TTCT đã tạo ra một hướng đi mới đầy tiềm năng. Hình thức nuôi thâm canh TTCT không chỉ thu hút các công ty lớn đầu tư mà còn mở ra cơ hội phát triển cho các hộ nông dân nhỏ lẻ. Đáng chú ý, các hộ nông dân chiếm tỷ lệ lớn cả về số lượng lẫn quy mô sản xuất, góp phần quan trọng vào sự tăng trưởng của ngành thủy sản thành phố nhà. Sự chuyển đổi sang nuôi TTCT đã không chỉ cải thiện thu nhập mà còn nâng cao chất lượng cuộc sống cho người dân, từng bước đưa các khu vực ven biển thoát khỏi tình trạng khó khăn, thúc đẩy kinh tế địa phương phát triển bền vững hơn. Dưới đây (hình 7) là một ao nuôi TTCT đặc trưng cho khu vực ven biển thành phố Huế, được thiết kế phù hợp với điều kiện tự nhiên và kỹ thuật nuôi hiện đại. Mô hình này thể hiện sự phát triển của ngành nuôi trồng thủy sản tại địa phương, góp phần nâng cao thu nhập cho người dân ven biển.

**Hình 7. Minh hoạ hoạt động nuôi tôm thẻ chân trắng**

*(Nguồn: Tác giả tự tổng hợp)*

Trước khi TTCT được đưa vào nuôi trồng, ngành Nuôi trồng thuỷ sản tại thành phố Huế chủ yếu tập trung vào đối tượng nuôi là

tôm sú. Từ những năm 1990, tôm sú được nuôi phổ biến nhưng năng suất thấp, chi phí cao và rủi ro dịch bệnh lớn đã hạn chế tiềm năng phát triển của ngành. Sản lượng tôm sú chỉ dao động dưới 1.000 tấn/năm trong suốt thập niên 1990 và đầu những năm 2000. Sự xuất hiện của TTCT đã thay đổi hoàn toàn cục diện này. Với các đặc tính vượt trội về sinh trưởng, khả năng thích nghi và giá trị kinh tế, TTCT đã nhanh chóng thay thế tôm sú trở thành đối tượng nuôi trồng chính tại địa phương. Ngoài ra, việc phát triển mô hình nuôi TTCT còn mang lại nhiều lợi ích khác như tạo việc làm cho lao động địa phương, tăng thu nhập cho hàng nghìn hộ dân ven biển và góp phần nâng cao năng lực sản xuất của ngành thủy sản thành phố. TTCT không chỉ khắc phục được những hạn chế của tôm sú mà còn mở ra một giai đoạn phát triển mới, giúp ngành thủy sản thành phố Huế trở thành một trong những khu vực đi đầu về nuôi trồng thủy sản ở miền Trung Việt Nam.

Từ khi được đưa vào nuôi trồng, TTCT đã tạo ra bước ngoặt lớn cho ngành Nuôi trồng thuỷ sản ở thành phố Huế, đặc biệt là về sản lượng và hiệu quả kinh tế. Trước năm 2000, sản lượng tôm toàn thành phố chỉ đạt mức thấp, chủ yếu tập trung vào đối tượng tôm sú với hiệu quả chưa cao. Tuy nhiên, từ năm 2002 khi TTCT bắt đầu được nuôi phổ biến, sản lượng đã có sự tăng trưởng vượt bậc. Năm 2002, tổng sản lượng tôm của thành phố đạt khoảng 2.000 tấn, nhưng đến năm 2023, con số này đã tăng gấp 3 lần nhờ sự phổ biến của mô hình nuôi TTCT thâm canh. Đặc điểm nổi bật của TTCT là chu kỳ nuôi ngắn, thường chỉ kéo dài từ 3 – 4 tháng, giúp người nuôi nhanh chóng thu hồi vốn và tái đầu tư. Thêm vào đó, tỷ lệ sống của TTCT cao, đạt từ 80 – 90%, trong khi năng suất trung bình dao động từ 8 – 12 tấn/ha, vượt xa so với các đối tượng nuôi khác như tôm sú.

Giá cả TTCT cũng tương đối ổn định trên thị trường, tạo điều kiện thuận lợi cho người nuôi tính toán hiệu quả kinh tế, giảm thiểu rủi ro về tài chính. Mô hình này còn giúp người nuôi tối ưu hóa các yếu tố sản xuất, từ quản lý giống, thức ăn cho đến kiểm soát dịch

bệnh. Bên cạnh đó, sự gia tăng sản lượng TTCT không chỉ mang lại lợi ích cho người dân mà còn giúp nâng cao vị thế của thủy sản thành phố Huế trên thị trường trong nước và quốc tế. Những ưu thế vượt trội này đã củng cố vai trò của TTCT như một đối tượng nuôi chủ lực, góp phần vào chiến lược phát triển kinh tế biển dài hạn của thành phố. Sự phát triển mạnh mẽ của TTCT tại thành phố Huế không thể tách rời khỏi vai trò định hướng và hỗ trợ của chính quyền địa phương. Trong giai đoạn 2009 – 2011, các chính sách khuyến khích nuôi TTCT đã được triển khai đồng bộ, bao gồm hỗ trợ kỹ thuật, cung cấp giống chất lượng cao và tổ chức các lớp đào tạo cho người dân về kỹ thuật nuôi tiên tiến. Các chương trình này không chỉ giúp nâng cao kiến thức và kỹ năng của người dân mà còn đảm bảo tính bền vững trong sản xuất.

Một bước tiến quan trọng trong chiến lược phát triển nuôi trồng thuỷ sản tại thành phố là vào năm 2014, khi chính quyền ban hành quyết định cho phép người dân nuôi TTCT tại các vùng đầm phá. Khu vực này trước đây chưa được khai thác hiệu quả do hạn chế về cơ sở hạ tầng và kỹ thuật, nhưng với việc áp dụng các tiêu chuẩn kỹ thuật nghiêm ngặt, mô hình nuôi TTCT đã mang lại hiệu quả cao. Tính đến năm 2023, diện tích nuôi TTCT trên toàn thành phố đạt khoảng 600 ha, một bước tiến vượt bậc so với những năm trước đó. Theo kế hoạch của Bộ Nông nghiệp và Phát triển nông thôn, diện tích nuôi TTCT sẽ tiếp tục mở rộng lên 1.000 ha với sản lượng dự kiến đạt 15.000 tấn vào năm 2030. Các chính sách hỗ trợ không chỉ giúp người dân tiếp cận với các mô hình sản xuất tiên tiến mà còn đảm bảo phát triển kinh tế đi đôi với bảo vệ môi trường, góp phần xây dựng ngành thủy sản bền vững hơn.

Tại thành phố Huế, các hộ nuôi nhỏ lẻ là những chủ thể chính trong nuôi TTCT, được chính quyền địa phương trực tiếp quản lý và hỗ trợ. Tuy nhiên, mỗi nông hộ có chiến lược riêng về cách cho ăn và tự quyết định việc nuôi tôm từ hai hoặc ba vụ trong năm. Nông dân cũng tự lựa chọn thời điểm thả giống, thu hoạch và cải tạo ao nuôi. Họ thường không tuân theo lịch mùa vụ do địa phương cung cấp mà dựa vào tín ngưỡng truyền thống và lời khuyên của thầy bói để quyết định thời điểm thả giống.

Nhìn chung, nông dân thường thu được lợi nhuận cao hơn khi nuôi tôm vào mùa đông so với mùa hè. Mùa đông mang lại điều kiện thời tiết thuận lợi hơn, giúp giảm thiểu rủi ro dịch bệnh và tăng khả năng sinh lời. Mật độ thả giống là yếu tố quan trọng ảnh hưởng đến năng suất và quyết định về mật độ thả hoàn toàn phụ thuộc vào kinh nghiệm, chiến lược sản xuất và khả năng tài chính của từng hộ gia đình. Đa số nông dân thả giống với mật độ từ 160 – 350 con/m², cao hơn so với mức khuyến nghị của chính quyền địa phương là 100 – 150 con/m². Việc này thường được lý giải bởi mong muốn tối đa hóa sản lượng, tuy nhiên, vào mùa hè, nông dân thường giảm mật độ thả giống do TTCT phát triển nhanh hơn. Khi kết hợp giữa mật độ cao, nhiệt độ cao và lượng thức ăn công nghiệp lớn, nguy cơ bùng phát dịch bệnh sẽ tăng đáng kể. Ngược lại, vào mùa đông, nhiệt độ nước và không khí thấp giúp giảm nguy cơ dịch bệnh, tạo điều kiện cho nông dân thả giống với mật độ cao hơn. Điều này không chỉ giảm thiểu rủi ro mà còn tận dụng tốt lợi thế về thời tiết để tối ưu hóa sản xuất. Thêm vào đó, do mức độ rủi ro thấp hơn vào mùa đông, số lượng người dân tham gia vào các hoạt động nuôi tôm thường tăng lên, đặc biệt là tại các khu vực ven biển nơi điều kiện tự nhiên thuận lợi cho mô hình này.

Tuy nhiên, một trong những thách thức khi nuôi tôm vào mùa đông là thời gian nuôi kéo dài hơn so với mùa hè. Nhiệt độ thấp làm giảm tốc độ tăng trưởng của tôm, khiến chu kỳ nuôi kéo dài từ 4 – 5 tháng thay vì 3 – 4 tháng như vào mùa hè. Dẫu vậy, lợi ích về kinh tế vẫn được đảm bảo nhờ giá bán tôm cao hơn trong mùa đông. Tôm thu hoạch vào mùa đông thường có kích thước lớn hơn, đáp ứng tốt nhu cầu của thị trường trong giai đoạn các thành phố phía Bắc không thể nuôi TTCT do điều kiện thời tiết lạnh giá. Điều này làm giảm cạnh tranh trên thị trường, giúp nông dân ở các tỉnh miền Trung, đặc biệt là thành phố Huế, có cơ hội gia tăng thu nhập. Nhu cầu tiêu thụ tôm tăng cao vào mùa đông còn do ảnh hưởng của các lễ hội và mùa tiêu dùng cuối năm, giúp giá bán tăng đáng kể. Kết hợp giữa giá cao và rủi ro

thấp, mùa đông trở thành thời điểm lý tưởng để người dân mở rộng quy mô sản xuất và đầu tư cho các chu kỳ nuôi mới.

Diện tích nuôi TTCT của mỗi hộ gia đình tại thành phố Huế thường không đồng nhất, tùy thuộc vào khả năng đầu tư và điều kiện đất đai của từng hộ. Tuy nhiên, mỗi ao nuôi trung bình có diện tích từ 2.500 – 3.000 m², được xây dựng chủ yếu trên vùng đất cát ven biển. Hệ thống ao nuôi thường kết hợp giữa nước biển và nước ngọt từ nguồn nước ngầm, đảm bảo cân bằng độ mặn và chất lượng nước cho quá trình nuôi. Việc thiết lập hệ thống ao nuôi đòi hỏi một khoản đầu tư ban đầu lớn, bao gồm chi phí xây dựng ao, hệ thống bơm nước, quạt tạo oxy và các thiết bị quản lý môi trường. Mặc dù chi phí ban đầu cao, lợi nhuận từ mô hình nuôi TTCT có thể bù đắp và mang lại thu nhập ổn định cho người dân. Với sản lượng trung bình từ 14 – 20 tấn/ha, tỷ suất lợi nhuận dao động từ 4,5% đến 10%, đây được xem là một trong những ngành sản xuất có tiềm năng phát triển bền vững.

Sự phát triển của mô hình nuôi TTCT không chỉ mang lại lợi ích kinh tế cho người dân mà còn thu hút sự quan tâm từ nhiều bên liên quan, bao gồm doanh nghiệp và các tổ chức hỗ trợ kỹ thuật. Đồng thời, chính quyền địa phương cũng đóng vai trò quan trọng trong việc hướng dẫn và khuyến khích người dân tuân thủ các tiêu chuẩn kỹ thuật, đảm bảo phát triển ngành nuôi trồng thủy sản một cách bền vững. Chất lượng giống TTCT

## 4.2. Chuỗi giá trị nuôi trồng thủy sản tại thành phố Huế

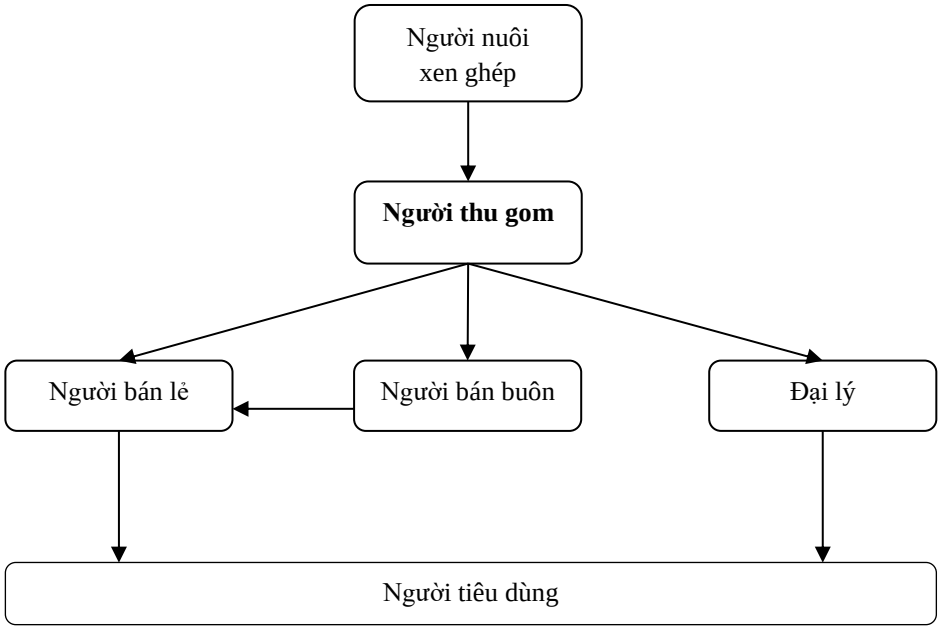
### *4.2.1. Chuỗi giá trị nuôi xen ghép*

Hoạt động tiêu thụ sản phẩm thủy sản từ mô hình NXG đang ngày càng phát triển và khẳng định vị thế trong ngành nuôi trồng thủy sản tại thành phố Huế. Mô hình này không chỉ giúp tăng trưởng sản lượng mà còn góp phần nâng cao giá trị kinh tế nhờ sự kết hợp giữa các loài thủy sản như tôm sú, cua, cá kình, cá dìa, cá chẽm và cá đối. Việc xen ghép các loài thủy sản này không chỉ tạo ra sự đa dạng sinh học, giúp môi trường nuôi ổn định mà còn tối ưu hóa sản lượng và chất lượng sản phẩm. Sự kết hợp này giúp giảm thiểu rủi ro dịch bệnh,

mang lại nguồn thu nhập ổn định cho người nuôi, đồng thời đáp ứng nhu cầu tiêu thụ ngày càng đa dạng của thị trường.

Khi các sản phẩm thủy sản được NXG, việc tiêu thụ chúng cũng trở nên linh hoạt hơn, khi người dân có thể cung cấp ra thị trường nhiều loại sản phẩm khác nhau cùng lúc. Tôm sú, cua và các loại cá đặc sản đều có thể được tiêu thụ trong suốt năm, với nhu cầu tiêu thụ ngày càng lớn, đặc biệt trong các dịp lễ hội và sự kiện đặc biệt. Thị trường tiêu thụ của sản phẩm thủy sản xen ghép không chỉ tập trung ở thị trường trong thành phố mà còn vươn ra các thị trường lớn hơn, bao gồm các thành phố thành khác và thậm chí là xuất khẩu ra nước ngoài. Chính nhờ vào sự đa dạng và chất lượng của sản phẩm, sản phẩm thủy sản NXG đã chiếm được lòng tin của người tiêu dùng, tạo ra giá trị kinh tế lớn cho người dân và cộng đồng.

Hoạt động tiêu tụ sản phẩm thủy sản NXG được mô tả bằng chuỗi giá trị sau:




**Hình 8. Chuỗi giá trị sản phẩm nuôi xen ghép tại thành phố Huế**

*(Nguồn: Van Chung và Martin, 2023)*

Sản phẩm thủy sản do người dân nuôi trồng tại đầm phá Tam Giang - Cầu Hai thường được thu hoạch sau khoảng 3 đến 4 tháng thả giống, tùy thuộc vào loài thủy sản nuôi, kích thước và đặc điểm sinh trưởng của chúng. Các loài thủy sản như cá, cua và tôm có thời gian sinh trưởng khác nhau, vì vậy thời gian thu hoạch cũng có sự điều chỉnh linh hoạt để đảm bảo chất lượng và kích thước sản phẩm khi đưa ra thị trường. Quyết định về thời điểm thu hoạch này không chỉ dựa vào thời gian mà còn bị chi phối bởi yếu tố giá cả thị trường, nhu cầu tiêu thụ và chiến lược của từng người nuôi. Việc lựa chọn thời điểm thu hoạch là rất quan trọng vì nó ảnh hưởng trực tiếp đến lợi nhuận của người nuôi, đặc biệt khi giá cả có sự biến động theo mùa vụ.

Trong suốt quá trình nuôi trồng, người dân có thể thu hoạch từ 5 đến 10 kg sản phẩm thủy sản mỗi ngày trong khoảng một tháng, đây là lượng thu hoạch điển hình đối với mô hình nuôi ghép, nơi có sự kết hợp nhiều loài thủy sản khác nhau. Một trong những đặc điểm nổi bật của nuôi ghép là sự linh hoạt trong việc lựa chọn loài nuôi sao cho phù hợp với chiến lược của người nuôi. Mỗi loài thủy sản có những yêu cầu khác nhau về môi trường sống, thức ăn và chăm sóc, nhưng việc nuôi ghép giúp tối ưu hóa không gian và tạo ra sản phẩm đa dạng hơn, đồng thời giảm thiểu rủi ro nếu một loài không phát triển tốt.

Sau khi thu hoạch, sản phẩm thủy sản sẽ được bán trực tiếp cho người thu gom. Người thu gom đóng vai trò quan trọng trong chuỗi giá trị thủy sản tại đầm phá Tam Giang - Cầu Hai, là người kết nối giữa người sản xuất và các đối tượng mua tiếp theo trong chuỗi cung ứng. Họ mua sản phẩm thủy sản từ các hộ nuôi, sau đó chuyển giao cho các nhà bán buôn, bán lẻ hoặc đại lý. Đây là bước trung gian rất quan trọng trong việc phân phối sản phẩm từ nông dân đến tay người tiêu dùng. Thông qua việc thu gom và phân phối, người thu gom không chỉ kiếm được lợi nhuận từ chênh lệch giá mà còn đảm bảo các sản phẩm thủy sản được tiêu thụ nhanh chóng và rộng rãi. Hình 9 dưới đây minh hoạ hoạt động thu mua thủy sản tại ao nuôi của người thu gom. Đây là khâu quan trọng trong chuỗi cung ứng, giúp kết nối

người nuôi với thị trường tiêu thụ. Quá trình thu mua thường diễn ra nhanh chóng để đảm bảo chất lượng sản phẩm.

**Hình 9. Minh hoạt hoạt động thu mua cá tại ao nuôi vùng đầm phá Tam Giang – Cầu Hai**

*(Nguồn: Tác giả tự tổng hợp)*

Chuỗi giá trị nuôi trồng thủy sản tại đầm phá Tam Giang - Cầu Hai có sự tham gia của nhiều tác nhân khác nhau, mỗi tác nhân đóng góp một phần không thể thiếu vào quá trình cung ứng sản phẩm ra thị trường. Từ nhà cung cấp đầu vào, người nuôi trồng, người thu gom, cho đến nhà bán buôn và bán lẻ, tất cả đều có vai trò quan trọng trong việc đảm bảo sản phẩm thủy sản đến tay người tiêu dùng với chất lượng và giá cả hợp lý. Nhà cung cấp đầu vào cung cấp những nguyên liệu cần thiết để duy trì hoạt động nuôi trồng thủy sản, bao gồm cá giống, thức ăn thủy sản và thuốc thủy sản. Các nhà cung cấp này phân phối sản phẩm của mình trên toàn thành phố Huế, giúp các nông dân có thể dễ dàng tiếp cận nguồn nguyên liệu cần thiết cho hoạt động nuôi trồng (Van Nguyen và Martin, 2023).

Người nuôi trồng thủy sản tại đầm phá Tam Giang - Cầu Hai chủ yếu là cư dân địa phương, nghề nuôi thủy sản là sinh kế chính của họ. Tuy nhiên, giữa các hộ nuôi trồng cũng có sự khác biệt về quy mô sản xuất, năm kinh nghiệm và mức độ thành công trong việc nuôi trồng thủy sản. Một số nông dân có nhiều năm kinh nghiệm, có khả năng quản lý và áp dụng kỹ thuật nuôi trồng hiện đại, trong khi những người mới vào nghề có thể gặp khó khăn trong việc nắm bắt các kỹ thuật và phương pháp mới. Sự khác biệt này tạo ra một thị trường cạnh tranh trong nội bộ cộng đồng, nơi những người nuôi có thể học hỏi lẫn nhau và cải thiện quy trình sản xuất.

Ngoài người thu gom, các nhà bán buôn và bán lẻ cũng đóng vai trò quan trọng trong chuỗi giá trị. Người bán buôn thường xuyên mua số lượng lớn các sản phẩm thủy sản từ người thu gom và cung cấp cho các đại lý hoặc nhà bán lẻ. Các sản phẩm thủy sản này, sau khi qua tay người bán buôn, sẽ được chuyển đến các nhà bán lẻ, nơi sản phẩm được phân phối cho người tiêu dùng thông qua các chợ địa phương hoặc các cửa hàng thực phẩm. Người bán lẻ, dù số lượng ít hơn so với người bán buôn, nhưng cũng đóng vai trò quan trọng trong việc cung cấp sản phẩm tươi ngon, chất lượng đến tay người tiêu dùng cuối cùng.

Trong suốt quá trình này, người thu gom đóng vai trò chủ chốt trong việc phân phối sản phẩm thủy sản, khi mà các sản phẩm luôn phải đi qua họ trước khi được tiếp tục phân phối ra thị trường. Họ không chỉ thu mua sản phẩm từ các hộ nuôi mà còn là người đảm bảo sự thông suốt của dòng chảy sản phẩm từ nông dân đến các nhà bán buôn, bán lẻ và cuối cùng là người tiêu dùng. Do đó, người thu gom không chỉ là cầu nối giữa sản xuất và tiêu thụ mà còn góp phần tạo dựng một hệ thống phân phối hiệu quả, giúp sản phẩm thủy sản của địa phương được tiêu thụ rộng rãi và ổn định.

Chuỗi giá trị sản phẩm NXG thu hút sự tham gia của các tác nhân chính bao gồm, người NXG, người thu gom, người bán buôn, người bán lẻ, đại lý và người tiêu dùng. Mỗi tác nhân có các đặc điểm, vai trò và chức năng khác nhau trong chuỗi giá trị:

*Người nuôi xen ghép*

Hình thức nuôi trồng thủy sản xen ghép đang ngày càng thu hút sự tham gia của nhiều nông hộ quy mô nhỏ, đặc biệt là những người đã chuyển từ hoạt động khai thác thủy sản sang nuôi trồng. Thực tế, phần lớn các nông hộ này không có nhiều kinh nghiệm khi bắt đầu hoạt động nuôi trồng thủy sản, bởi trước đây họ chủ yếu tham gia vào hoạt động khai thác hải sản, vốn đòi hỏi những kỹ năng và phương pháp khác biệt. Một bộ phận nhỏ trong số này còn xuất phát từ lĩnh vực sản xuất nông nghiệp, với kiến thức chủ yếu về trồng trọt và chăn nuôi. Sự chuyển đổi này là một thách thức lớn đối với họ, bởi không chỉ có sự khác biệt về kiến thức kỹ thuật mà còn về cách thức tổ chức sản xuất và quản lý môi trường nuôi trồng. Mặc dù vậy, các nông dân này đã được tạo cơ hội học hỏi và cải thiện trình độ thông qua các chương trình đào tạo, hội thảo và các khóa tập huấn do các công ty sản xuất thức ăn công nghiệp, các nhà cung cấp thuốc thủy sản và các cơ quan chức năng tại thành phố Huế tổ chức. Những chương trình này nhằm cung cấp kiến thức cơ bản và chuyên sâu về công nghệ nuôi trồng thủy sản, giúp nông dân tiếp cận với các tiến bộ mới và cải thiện hiệu quả sản xuất. Hơn nữa, kinh nghiệm quý báu của nông hộ còn đến từ thực tiễn, từ việc thử nghiệm và áp dụng các phương pháp khác nhau trong quá trình sản xuất. Họ cũng học hỏi và trao đổi kinh nghiệm lẫn nhau, điều này đã tạo nên một mạng lưới hỗ trợ và chia sẻ kinh nghiệm trong cộng đồng nông dân.

Nông hộ NXG là những người có vai trò quan trọng trong việc cung cấp nguồn thủy sản cho thị trường. Đặc biệt, họ sở hữu hơn 15 năm kinh nghiệm trong ngành, điều này giúp họ phát triển khả năng quản lý và điều hành các hoạt động nuôi cá một cách hiệu quả. Những nông dân này chủ yếu sở hữu diện tích nuôi thủy sản trung bình khoảng 5.000 $m^2$ mỗi hộ gia đình, diện tích này không quá lớn nhưng đủ để nuôi một số lượng cá đáng kể. Mặc dù diện tích không lớn, nhưng họ đã chứng tỏ được khả năng duy trì sản xuất ổn định qua nhiều năm. Mô hình NXG của họ thường chia thành hai vụ trong năm.

Mỗi vụ, nông hộ có thể thu nhập từ khoảng 50 triệu đồng đến 60 triệu đồng, một khoản thu nhập tương đối ổn định so với mức thu nhập của các hộ gia đình nông thôn. Mặc dù đây là thu nhập đáng kể đối với một hộ NXG quy mô nhỏ, nhưng nó vẫn còn phụ thuộc vào nhiều yếu tố như giá cả, tình hình thị trường, chất lượng nguồn nước và sự phát triển của con giống.

Điều đáng chú ý là mối quan hệ giữa các nông hộ trong cộng đồng NXG. Họ thường xuyên liên kết với nhau để trao đổi kiến thức, chia sẻ thông tin về các yếu tố đầu vào như thức ăn, thuốc, vật tư nuôi cá, cũng như giá cả và sản lượng. Sự kết nối này giúp các nông dân cập nhật các thông tin mới nhất, giảm thiểu rủi ro và tăng cường khả năng cạnh tranh trong thị trường. Đồng thời, họ cũng hỗ trợ nhau trong các công việc thực tế, chẳng hạn như việc cho cá ăn, một công việc đòi hỏi sự kiên nhẫn và kinh nghiệm để đảm bảo cá phát triển tốt và đạt chất lượng cao.

*Người thu gom*

Hầu hết người thu gom thủy sản sinh sống trong cùng thôn hoặc xã với người nuôi trồng, điều này tạo nên một mạng lưới thu gom gần gũi và thuận tiện. Mỗi xã hoặc khu vực sẽ có một nhóm người thu gom riêng và mỗi người thu gom sẽ xác định một phạm vi hoạt động nhất định. Phạm vi này được xác định dựa trên các yếu tố như số lượng sản phẩm cần thu mua, mối quan hệ với người nuôi trồng và vị trí địa lý. Thông qua việc tiếp xúc thường xuyên và xây dựng mối quan hệ với nông dân, người thu gom có thể thiết lập được một nhóm các hộ nuôi trồng thủy sản sẵn sàng bán sản phẩm cho mình. Vì mối quan hệ này thường xuyên được duy trì trong khuôn khổ xã, người thu gom có thể dễ dàng nắm bắt được tình hình sản xuất và nhu cầu của người nuôi.

Ngoài ra, một số người thu gom có thể cũng là những người nuôi trồng thủy sản hoặc là thành viên trong gia đình họ tham gia vào hoạt động này. Việc này giúp người thu gom hiểu rõ hơn về thực trạng của

các hộ nuôi trồng trong khu vực, từ đó dễ dàng xây dựng sự tin tưởng và tạo ra mối liên kết chặt chẽ với người sản xuất. Sự hiểu biết về khó khăn, nhu cầu và quy trình của người nuôi trồng khiến người thu gom dễ dàng thiết lập những chiến lược thu mua sản phẩm một cách hiệu quả và hợp lý. Ban đầu, những người thu gom có thể chỉ tập trung vào việc tìm kiếm đầu ra cho sản phẩm với mục đích kiếm lợi nhuận cá nhân, cũng như giúp đỡ gia đình và người quen trong cộng đồng. Tuy nhiên, theo thời gian, phạm vi hoạt động của họ mở rộng và họ trở thành những người thu gom chủ chốt tại địa phương mình, đóng vai trò quan trọng trong chuỗi cung ứng thủy sản.

Bên cạnh những người thu gom tại địa phương, cũng có một số người thu gom đến từ các địa phương khác. Những người thu gom này thường có chiến lược cạnh tranh với các thu gom địa phương bằng cách đưa ra mức giá cao hơn hoặc thu mua số lượng lớn hơn một lần. Điều này giúp họ thu hút được nhiều người nuôi trồng trong khu vực để cung cấp sản phẩm cho mình. Tuy nhiên, việc cạnh tranh này đôi khi dẫn đến tình trạng không ổn định về giá cả và tạo ra sự biến động trong chuỗi cung ứng. Để đối phó với sự cạnh tranh từ người thu gom ngoài khu vực, người thu gom địa phương thường có các chiến lược riêng để giữ vững sự liên kết với các hộ nuôi trồng, chẳng hạn như hợp tác với nhau để thu mua thủy sản, cam kết rõ ràng trong giao dịch và cung cấp các hỗ trợ tài chính cho người nuôi. Việc này không chỉ giúp người thu gom địa phương duy trì được mối quan hệ bền vững với người nuôi mà còn góp phần tạo dựng lòng tin và sự trung thành từ các hộ sản xuất trong khu vực.

Một đặc điểm nổi bật trong hoạt động thu gom thủy sản tại các xã là sự liên kết chặt chẽ giữa các người thu gom trong cùng một xã. Liên kết này chủ yếu thể hiện ở việc chia sẻ thông tin về giá cả, thống nhất mức giá cuối cùng cho mỗi loại thủy sản và cùng nhau đưa ra các quyết định về chiến lược thu mua. Việc này tạo nên một sức mạnh nhất định cho người thu gom trong quá trình đàm phán với các hộ nuôi trồng. Khi có sự liên kết mạnh mẽ, người thu gom có thể kiểm

soát giá bán sản phẩm, tránh tình trạng giá cả bị ép xuống quá thấp hoặc không ổn định. Tuy nhiên, liên kết này chỉ tồn tại trong phạm vi một xã, bởi vì các người thu gom ở các xã khác không tham gia vào cùng một mạng lưới thu gom, điều này tạo ra sự phân mảnh trong chuỗi giá trị.

Đặc biệt, mối liên kết giữa các người thu gom càng trở nên mạnh mẽ và rõ ràng trong mùa chính, thời điểm có sản lượng thủy sản cao nhất trong năm. Mùa này không chỉ là thời gian thu hoạch chính, mà còn là thời điểm các nhà thu gom cần phải tập trung nguồn lực và chiến lược để thu mua hết sản phẩm thủy sản của người nuôi, đồng thời kiểm soát giá cả một cách hiệu quả. Trong mùa phụ, sản lượng thủy sản thường ít hơn, nên người thu gom có thể ít có sự liên kết với nhau và chiến lược thu mua ít quyết liệt hơn. Điều này tạo nên sự chênh lệch rõ rệt trong cách thức tổ chức hoạt động thu gom giữa mùa chính và mùa phụ. Với sự liên kết này, người thu gom có thể đạt được những lợi thế trong đàm phán giá cả, đồng thời tạo ra một hệ thống cung ứng ổn định cho các sản phẩm thủy sản. Tuy nhiên, sự cạnh tranh từ bên ngoài và sự biến động của thị trường cũng đòi hỏi người thu gom địa phương phải không ngừng cải tiến chiến lược thu mua và duy trì mối quan hệ tốt với các hộ nuôi trồng để đảm bảo sự ổn định và phát triển bền vững trong dài hạn.

*Người bán buôn*

Người bán buôn là một trong những tác nhân then chốt trong chuỗi giá trị NXG tại thành phố Huế, chịu trách nhiệm kết nối sản phẩm từ người thu gom đến các thị trường tiêu thụ lớn hơn. Hoạt động của họ thường tập trung vào việc mua sản phẩm với số lượng lớn từ người thu gom, sau đó phân phối cho các đơn vị chế biến hoặc các khu vực có nhu cầu tiêu thụ cao, như các đô thị lớn hoặc thị trường xuất khẩu. Người bán buôn có vai trò quan trọng trong việc đảm bảo dòng chảy liên tục của sản phẩm từ nơi sản xuất đến thị trường, đồng thời góp phần gia tăng giá trị cho sản phẩm thông qua việc phân loại, bảo quản và kiểm soát chất lượng.

Vai trò của người bán buôn không chỉ giới hạn ở khâu phân phối mà còn mở rộng sang việc hỗ trợ các tác nhân khác trong chuỗi giá trị. Thông qua mối quan hệ lâu dài với người thu gom,, người bán buôn cũng là tác nhân chính trong việc mở rộng thị trường tiêu thụ cho sản phẩm NXG. Họ có khả năng tiếp cận các nhà bán lẻ, qua đó đưa sản phẩm đến đa dạng các thị trường, từ đó gia tăng lợi nhuận và mở rộng cơ hội tiêu thụ cho sản phẩm nuôi trồng tại địa phương.

Một trong những đặc điểm nổi bật của người bán buôn trong chuỗi giá trị là khả năng tạo dựng mối quan hệ kinh doanh dựa trên niềm tin, uy tín và sự phụ thuộc lẫn nhau. Họ không chỉ xây dựng mối quan hệ với người thu gom mà còn duy trì liên kết chặt chẽ với người bán lẻ. Thông qua các thỏa thuận không chính thức nhưng bền vững, người bán buôn đóng vai trò trung gian ổn định, giúp giảm thiểu các rủi ro liên quan đến sự gián đoạn trong chuỗi cung ứng. Tuy nhiên, vai trò của họ cũng gặp thách thức khi phải đảm bảo lợi ích hài hòa giữa người thu gom, người bán lẻ và các tác nhân khác, đồng thời duy trì giá trị và chất lượng sản phẩm trước áp lực cạnh tranh và biến động của thị trường.

*Người bán lẻ*

Người bán lẻ là mắt xích cuối cùng trong chuỗi giá trị NXG, chịu trách nhiệm trực tiếp đưa sản phẩm từ người bán buôn hoặc thu gom đến tay người tiêu dùng. Họ thường hoạt động tại các chợ địa phương, cửa hàng nhỏ lẻ hoặc qua các kênh tiêu thụ phi chính thức. Vai trò của họ không chỉ giới hạn ở việc bán sản phẩm mà còn đóng góp quan trọng vào việc phát triển thị trường tiêu thụ tại địa phương và xây dựng mối liên kết chặt chẽ với các tác nhân khác trong chuỗi giá trị. Người bán lẻ thường ưu tiên mua sản phẩm từ những tác nhân có mối quan hệ lâu dài, đáng tin cậy và đảm bảo chất lượng sản phẩm ổn định. Đặc điểm này tạo ra một mạng lưới phân phối linh hoạt nhưng chặt chẽ, trong đó mỗi người bán lẻ thường làm việc trực tiếp với một số lượng giới hạn các nhà cung cấp, bao gồm người bán buôn

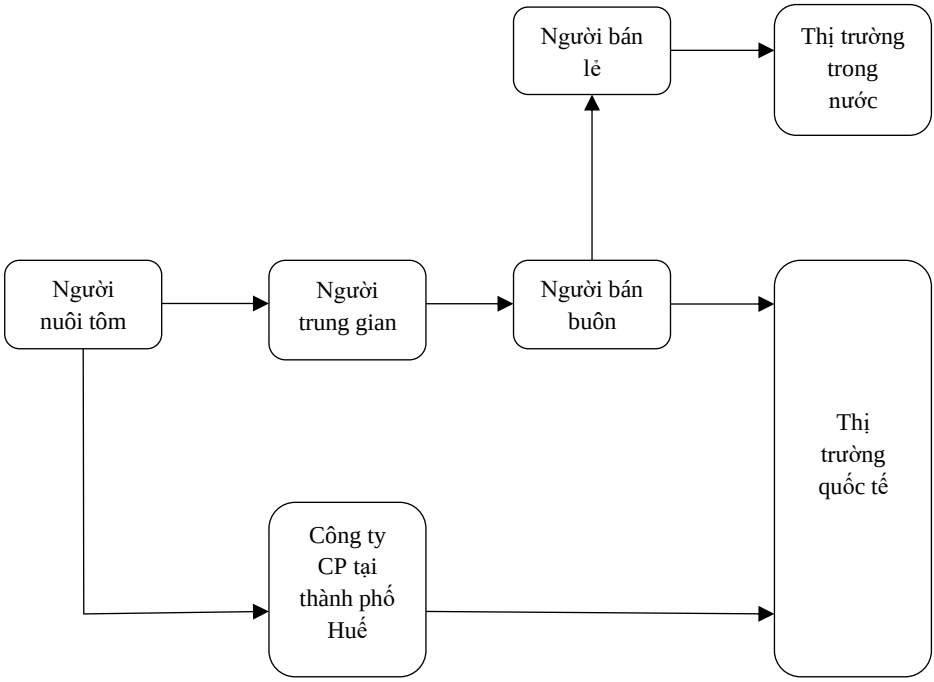
hoặc người thu gom. Điều này giúp họ duy trì sự ổn định trong việc cung cấp sản phẩm cho khách hàng, đồng thời đáp ứng nhanh chóng các nhu cầu thay đổi từ thị trường tiêu dùng.

Vai trò của người bán lẻ trong chuỗi giá trị còn được thể hiện qua khả năng nắm bắt thông tin thị trường và phản hồi đến các tác nhân khác. Thông qua tương tác trực tiếp với người tiêu dùng, họ có thể cung cấp thông tin quan trọng về xu hướng nhu cầu, giá cả và yêu cầu chất lượng, giúp điều chỉnh chiến lược sản xuất và phân phối trong chuỗi giá trị. Ngoài ra, người bán lẻ cũng góp phần xây dựng thương hiệu và hình ảnh cho sản phẩm NXG tại thành phố Huế thông qua việc cung cấp sản phẩm chất lượng cao và dịch vụ khách hàng tốt.

Mặc dù người bán lẻ đóng vai trò quan trọng trong việc kết nối sản phẩm với người tiêu dùng cuối cùng, họ cũng đối mặt với nhiều thách thức. Áp lực cạnh tranh từ các đối thủ, biến động về giá cả và sự phụ thuộc vào nguồn cung từ người bán buôn hoặc người thu gom có thể ảnh hưởng đến hiệu quả hoạt động của họ. Tuy nhiên, với vai trò là người cung cấp trực tiếp sản phẩm cho thị trường địa phương, người bán lẻ không chỉ góp phần tăng giá trị cho sản phẩm mà còn thúc đẩy sự ổn định và bền vững của chuỗi giá trị NXG.

### *4.2.2. Chuỗi giá trị tôm thẻ chân trắng*

Hầu hết sản phẩm tôm trắng của nông dân ở thành phố Huế được bán cho các trung gian, trong khi chỉ có phần sản phẩm còn lại (những sản phẩm mà các trung gian từ chối mua) được bán cho các nhà bán buôn địa phương. Các trung gian bán sản phẩm cho các nhà bán buôn ở miền Bắc Việt Nam, những người xuất khẩu chủ yếu sang Trung Quốc, trong khi sản phẩm tôm từ Đồng bằng sông Cửu Long chủ yếu được xuất khẩu sang các thị trường quốc tế như EU, Mỹ và Nhật Bản. Do tầm quan trọng ngày càng tăng của sản xuất tôm trắng theo hướng xuất khẩu đối với nông dân tại thành phố Huế, các nông dân địa phương đã phát triển sự phụ thuộc đáng kể vào các trung gian.




**Hình 10. Chuỗi giá trị tôm thẻ chân trắng tại thành phố Huế**

*(Nguồn: Van Nguyen và cs, 2021)*

Chuỗi giá trị TTCT tại Việt Nam thể hiện một cấu trúc phức tạp, với sự tham gia của nhiều tác nhân và các dòng sản phẩm đa dạng, phục vụ cả thị trường nội địa và xuất khẩu. Mỗi tác nhân trong chuỗi có vai trò, đặc điểm và lợi thế cạnh tranh riêng, đồng thời chịu tác động mạnh mẽ từ các yếu tố như chính sách quản lý, tiêu chuẩn chất lượng và yêu cầu của thị trường. Việc phân tích sâu hơn cho thấy không chỉ có sự phân hóa trong vai trò mà còn tồn tại nhiều thách thức và cơ hội tiềm năng để cải thiện hiệu quả của chuỗi giá trị này, cụ thể:

*Người nuôi tôm*

Tác nhân khởi đầu của chuỗi giá trị, đóng vai trò sản xuất nguyên liệu thô. Tuy nhiên, họ chủ yếu là các hộ sản xuất nhỏ lẻ, với trình độ kỹ thuật hạn chế và quy mô sản xuất không đồng đều. Người nuôi TTCT tại khu vực khảo sát phần lớn có kinh nghiệm nuôi dưới 10 năm, điều này cho thấy đây là một ngành còn tương đối mới mẻ

đối với nhiều hộ gia đình. Tuy nhiên, khoảng thời gian này cũng đủ để người nuôi tiếp cận và áp dụng các kỹ thuật hiện đại nhằm tối ưu hóa hiệu quả sản xuất. Diện tích nuôi trung bình của mỗi hộ đạt khoảng 8.000 m², nhưng giữa các hộ có sự chênh lệch đáng kể về quy mô. Diện tích này dao động từ 2.600 m² đến 12.000 m²/hộ, tùy thuộc vào điều kiện kinh tế, mức đầu tư và khả năng mở rộng đất đai của từng hộ gia đình. Trong đó, diện tích mỗi ao nuôi thường nằm trong khoảng từ 2.500 m² đến 3.000 m², phù hợp với các tiêu chuẩn thiết kế ao nuôi hiện đại, giúp tối ưu hóa việc quản lý và vận hành. Việc quy hoạch ao nuôi với diện tích này còn giúp người nuôi kiểm soát tốt các yếu tố môi trường, giảm thiểu rủi ro dịch bệnh, đồng thời tạo điều kiện thuận lợi cho việc áp dụng công nghệ cao trong nuôi trồng thủy sản.

Hơn 90% sản lượng tôm của họ được bán trực tiếp cho các trung gian. Mối quan hệ giữa nông dân và trung gian thường không chính thức, dựa trên lòng tin cá nhân và thỏa thuận ngầm, hơn là các hợp đồng ràng buộc pháp lý. Điều này khiến người nuôi phụ thuộc nặng nề vào trung gian, bị hạn chế trong việc thương lượng giá bán và tiếp cận thị trường. Vì thiếu khả năng lưu trữ và bảo quản, nông dân thường phải bán tôm ngay sau khi thu hoạch, chấp nhận giá bán thấp hơn giá trị thực tế. Điều này không chỉ làm giảm lợi nhuận của người nuôi mà còn tạo nên sự mất cân đối trong chuỗi giá trị.

*Người trung gian*

Với vai trò là kênh thu gom và phân phối chính, chiếm một vị trí trung tâm trong chuỗi giá trị TTCT. Họ thiết lập các mạng lưới rộng khắp và phân chia lãnh thổ để đảm bảo độc quyền thu mua tại từng khu vực. Điều này loại bỏ cạnh tranh giữa các trung gian, tạo nên thế "một bên mua" (monopsony) và làm suy yếu vị thế thương lượng của người nuôi. Sau khi thu gom, trung gian thường bán lại tôm cho các đầu mối bán buôn tại các tỉnh phía Bắc, nơi tôm được tiêu thụ nội địa hoặc xuất khẩu qua biên giới sang Trung Quốc. Thị trường Trung Quốc, với yêu cầu chất lượng thấp hơn nhưng tiêu thụ với khối lượng lớn, là một điểm đến chính của dòng sản phẩm từ trung gian. Đây là lợi thế của họ, khi không cần đầu tư nhiều vào việc kiểm soát chất

lượng hay đảm bảo các tiêu chuẩn khắt khe. Tuy nhiên, sự phụ thuộc quá lớn vào thị trường này cũng mang lại rủi ro, đặc biệt khi các quy định nhập khẩu của Trung Quốc thay đổi đột ngột.

*Công ty Charoen Pokhand (CP)*

Một công ty chế biến thủy sản có trụ sở tại Thái Lan. Công ty này đã hoạt động tại Việt Nam từ năm 1990 trong nhiều lĩnh vực, bao gồm nuôi trồng thủy sản. Họ sản xuất thức ăn công nghiệp, giống tôm và thuốc thủy sản, vận hành các trang trại nuôi tôm quy mô lớn và tham gia chế biến thực phẩm. Do đó, họ có khả năng tích hợp chuỗi giá trị thượng nguồn cho sản xuất và chế biến tôm. Tại thành phố Huế, CP vận hành một nhà máy chế biến thực phẩm với công suất 9.000 tấn tôm mỗi năm. Họ lấy phần lớn nguyên liệu đầu vào từ sản xuất quy mô công nghiệp của mình, bao gồm 216 ha ao nuôi tôm trắng. Các cơ sở này nằm tại huyện Phong Điền. Công ty có thể sản xuất theo các tiêu chuẩn an toàn quốc tế và chính quyền địa phương khuyến khích mở rộng mối liên kết giữa CP và các nông dân quy mô nhỏ. Nói chung, công ty này đưa ra mức giá cao hơn cho sản phẩm tôm so với các tác nhân trung gian, nhưng yêu cầu tiêu chuẩn chất lượng nghiêm ngặt hơn. CP có thể cung cấp cho người nuôi tôm nguyên liệu đầu vào như giống tôm và tư vấn kỹ thuật về việc tuân thủ các tiêu chuẩn chất lượng yêu cầu. Tuy nhiên, mặc dù một phần nhỏ ước tính 10% sản phẩm từ người nuôi tôm được bán cho cơ sở chế biến của CP, hầu hết người nuôi tôm gặp khó khăn trong việc sản xuất tôm chất lượng cao một cách liên tục theo yêu cầu. CP đặt ra các tiêu chuẩn chất lượng cao hơn nhiều so với các trung gian. Điều này tạo ra rào cản lớn đối với người nuôi tôm nhỏ lẻ, những người thường khó đáp ứng các yêu cầu này. Tuy nhiên, CP lại có lợi thế vượt trội nhờ công nghệ chế biến hiện đại, mạng lưới phân phối quốc tế mạnh mẽ và khả năng đáp ứng các tiêu chuẩn quốc tế. Thị trường Châu Âu, nơi có giá trị gia tăng cao nhất, yêu cầu các sản phẩm không chỉ đạt tiêu chuẩn chất lượng mà còn phải tuân thủ các tiêu chí về môi trường và xã hội. Đây là lợi thế cạnh tranh lớn của CP so với trung gian, khi họ có khả năng tạo ra giá trị kinh tế cao hơn từ mỗi tấn sản phẩm xuất khẩu.

Dòng sản phẩm trong chuỗi giá trị này vì thế phân hóa rõ rệt thành hai nhánh chính. Một nhánh phục vụ thị trường nội địa và xuất khẩu. Trong đó, sản phẩm người nuôi tôm bán cho người trung gian thường được phân phối đến Trung Quốc, nơi yêu cầu chất lượng thấp hơn nhưng tiêu thụ với khối lượng lớn. Trong khi sản phẩm tôm bán cho công ty CP lại tập trung vào các thị trường cao cấp hơn như Châu Âu, đòi hỏi tiêu chuẩn chất lượng nghiêm ngặt nhưng mang lại giá trị kinh tế cao hơn. Sự phân hóa này không chỉ phản ánh sự khác biệt về yêu cầu thị trường mà còn cho thấy những hạn chế trong liên kết giữa các tác nhân trong chuỗi giá trị. Người nuôi tôm thường bị giới hạn bởi thiếu vốn, kỹ thuật và cơ hội tiếp cận thị trường cao cấp. Trung gian tận dụng sự thiếu kết nối này để chiếm ưu thế trong chuỗi cung ứng, nhưng lại không đầu tư vào cải thiện chất lượng sản phẩm. Trong khi đó, các công ty chế biến như CP có tiềm lực cải tiến toàn bộ chuỗi giá trị nhưng lại thiếu sự hợp tác chặt chẽ với người nuôi tôm.

Người bán buôn giữ vai trò trung tâm trong chuỗi cung ứng TTCT, đặc biệt trong việc kết nối giữa sản xuất và thị trường tiêu thụ, cả nội địa lẫn quốc tế. Họ không chỉ là người thu mua với số lượng lớn mà còn là nhân tố điều phối quan trọng, quyết định tính hiệu quả và ổn định của toàn bộ chuỗi giá trị. Hầu hết các người bán buôn tập trung tại khu vực phía Bắc Việt Nam, một vị trí chiến lược với lợi thế gần biên giới Trung Quốc, nơi thị trường tiêu thụ tôm rất lớn và yêu cầu cao về nguồn cung ổn định. Tuy nhiên, họ thường không trực tiếp làm việc với người nuôi mà thông qua một mạng lưới trung gian. Những tác nhân trung gian này đóng vai trò như "cánh tay nối dài" của người bán buôn, chịu trách nhiệm khảo sát thực tế tại các vùng nuôi, thu gom sản phẩm theo yêu cầu về số lượng và chất lượng, đồng thời thương thảo giá cả với người nuôi tôm. Hoạt động thu mua của người bán buôn thường diễn ra hằng ngày, với các thỏa thuận linh hoạt và nhanh chóng để đáp ứng nhu cầu thị trường luôn biến động. Điều này cho thấy họ không chỉ nắm bắt tốt các thông tin về cung - cầu mà còn có khả năng điều chỉnh chiến lược kinh doanh kịp thời. Việc thông qua tác nhân trung gian cũng giúp người bán buôn giảm thiểu rủi ro

trong việc kiểm soát chất lượng sản phẩm, tối ưu hóa nguồn lực và tập trung vào việc phân phối. Họ chủ yếu dựa vào các tiêu chí cụ thể từ thị trường tiêu thụ để đưa ra yêu cầu đối với trung gian, từ kích thước, độ tươi, màu sắc cho đến số lượng cần thu mua. Điều này không chỉ đảm bảo sản phẩm đáp ứng được tiêu chuẩn của người mua cuối cùng, mà còn giúp tối ưu hóa lợi nhuận cho các bên trong chuỗi cung ứng.

Về lợi thế cạnh tranh, người trung gian mạnh ở khả năng thu gom nhanh chóng và phân phối linh hoạt, nhưng thiếu sự đầu tư vào chất lượng và bền vững. Ngược lại, công ty CP có lợi thế về công nghệ, chứng nhận tiêu chuẩn quốc tế và khả năng tiếp cận các thị trường cao cấp, nhưng lại bị giới hạn bởi nguồn cung không đồng đều từ người nuôi. Điều này dẫn đến một nghịch lý, trong khi tiềm năng gia tăng giá trị từ các thị trường cao cấp là rất lớn, phần lớn sản lượng tôm lại chỉ phục vụ các thị trường dễ tính hơn. Để cải thiện hiệu quả và bền vững của chuỗi giá trị, cần có sự điều chỉnh từ cả phía người nuôi, trung gian và các công ty chế biến. Việc xây dựng các hợp tác xã, liên kết chuỗi giá trị chính thức và áp dụng các tiêu chuẩn sản xuất chung có thể giúp người nuôi cải thiện vị thế thương lượng và chất lượng sản phẩm. Đồng thời, các công ty chế biến lớn cần hỗ trợ người nuôi về kỹ thuật, tài chính và đảm bảo đầu ra để tăng cường mối liên kết. Chỉ khi các tác nhân trong chuỗi giá trị phối hợp chặt chẽ hơn, chuỗi giá trị TTCT mới thực sự phát huy được tiềm năng kinh tế và nâng cao vị thế cạnh tranh của ngành tôm Việt Nam trên thị trường quốc tế.

## 4.3. Vai trò của tác nhân trung gian và sự chi phối chuỗi giá trị nuôi trồng thủy sản tại thành phố Huế

### *4.3.1. Vai trò của tác nhân trung gian và sự chi phối chuỗi giá trị nuôi xen ghép*

*Vai trò của tác nhân trung gian*

Người thu gom là nhân tố trung tâm trong chuỗi giá trị NXG, đóng vai trò gắn kết nông dân với các thị trường bán buôn và bán lẻ. Họ không chỉ đơn thuần là trung gian thu mua, mà còn thực hiện việc

xây dựng và quản lý các nhóm nông dân từ 20 đến 30 thành viên, tùy thuộc vào khả năng tiêu thụ và mạng lưới phân phối của mình. Mỗi nhóm nông dân thường được hình thành dựa trên mối quan hệ hợp tác lâu dài, nơi cả hai bên cùng xác định đối tác phù hợp thông qua sự thấu hiểu và tin tưởng lẫn nhau. Mối quan hệ này vượt ra ngoài giao dịch thương mại thông thường, trở thành một mối quan hệ đối tác chiến lược, trong đó người thu gom không chỉ tập trung vào lợi ích ngắn hạn mà còn đóng góp vào sự phát triển bền vững của nhóm nông dân (Van Chung và cs, 2021).

Điểm cốt lõi trong vai trò của người thu gom là khả năng tạo ra sự liên kết chặt chẽ, giúp đảm bảo rằng sản phẩm của nông dân luôn có đầu ra ổn định. Trong một hệ thống sản xuất mà giá cả và nhu cầu thị trường có thể biến động, người thu gom giúp giảm thiểu sự bất định bằng cách cung cấp một kênh tiêu thụ đáng tin cậy. Bên cạnh đó, người thu gom còn là người đồng hành với nông dân trong các giai đoạn khó khăn, sẵn sàng hỗ trợ tài chính, tư vấn sản xuất, hoặc thu mua sản phẩm bị ảnh hưởng bởi rủi ro. Nhờ đó, họ không chỉ đảm bảo sự lưu thông của sản phẩm mà còn tạo điều kiện để nông dân có thể tập trung vào hoạt động sản xuất mà không phải lo lắng về áp lực tìm kiếm đầu ra.

Một vai trò quan trọng khác của người thu gom là giảm thiểu rủi ro kinh tế cho nông dân, đặc biệt trong bối cảnh chuỗi giá trị NXG đối mặt với nhiều yếu tố bất định như giá cả biến động, sản phẩm dư thừa, hoặc dịch bệnh. Người thu gom cam kết thu mua toàn bộ sản phẩm từ các thành viên trong nhóm, bất kể tình hình thị trường có thuận lợi hay không. Hành động này giúp giảm thiểu tổn thất tài chính cho nông dân, đặc biệt khi sản phẩm gặp sự cố không mong muốn. Ví dụ, trong các giai đoạn nguồn cung dư thừa dẫn đến giá cả giảm mạnh, người thu gom vẫn giữ nguyên cam kết thu mua để đảm bảo rằng nông dân không bị mất thu nhập.

Cam kết này không chỉ là chiến lược duy trì lòng tin mà còn là cách để xây dựng mối quan hệ hợp tác bền vững. Khi nông dân cảm nhận được sự hỗ trợ từ người thu gom, họ có xu hướng trung thành hơn với đối tác này, thậm chí trong những thời điểm khó khăn. Đồng thời, việc giảm thiểu rủi ro kinh tế giúp nông dân an tâm đầu tư vào sản xuất, góp phần nâng cao năng suất và chất lượng sản phẩm. Trong dài hạn, mối quan hệ này không chỉ mang lại lợi ích cho nông dân mà còn đảm bảo sự ổn định về nguồn cung cho người thu gom, tạo nền tảng cho sự phát triển bền vững của chuỗi giá trị.

Việc xây dựng lòng tin là nền tảng giúp người thu gom duy trì và phát triển mối quan hệ lâu dài với nông dân trong chuỗi giá trị. Điều này được thực hiện thông qua những hành động cụ thể, như duy trì thái độ trung thực trong các giao dịch. Người thu gom luôn đảm bảo rằng việc cân đo sản phẩm được thực hiện chính xác, không có bất kỳ sai lệch nào gây bất lợi cho nông dân. Đồng thời, khả năng thanh toán kịp thời, đúng hạn cũng là yếu tố quan trọng để tạo dựng sự tin tưởng. Nông dân thường phụ thuộc vào nguồn thu từ việc bán sản phẩm để tái đầu tư vào sản xuất, vì vậy sự chậm trễ trong thanh toán có thể gây ra áp lực tài chính và ảnh hưởng đến kế hoạch sản xuất của họ. Sự công bằng trong giá cả cũng đóng vai trò quan trọng trong việc duy trì sự hài lòng của nông dân. Người thu gom cần đảm bảo rằng giá mua không có sự chênh lệch đáng kể giữa các thành viên trong nhóm, tránh tình trạng phân biệt đối xử. Tính công bằng này không chỉ giúp tạo ra môi trường hợp tác hài hòa mà còn khuyến khích sự đoàn kết giữa các nông dân trong nhóm, giảm thiểu khả năng xảy ra mâu thuẫn nội bộ.

Đặc biệt, việc hỗ trợ tài chính dưới hình thức cho vay không lãi suất là một chiến lược quan trọng mà người thu gom sử dụng để củng cố mối quan hệ với nông dân. Hình thức vay này cho phép nông dân tiếp cận nguồn vốn cần thiết để đầu tư vào sản xuất trước mùa vụ mà không phải chịu áp lực từ các khoản lãi vay từ ngân hàng hoặc các tổ chức tín dụng khác. Sự linh hoạt trong cách hoàn trả khoản vay –

thường được quy đổi bằng sản phẩm sau thu hoạch – giúp giảm bớt áp lực tài chính và tạo sự an tâm cho nông dân. Không chỉ mang lại lợi ích kinh tế trực tiếp, cơ chế hỗ trợ này còn xây dựng một mối quan hệ dựa trên sự tin tưởng và lợi ích lẫn nhau, giúp nông dân tập trung vào việc nâng cao chất lượng sản xuất. Trong bối cảnh có sự cạnh tranh giữa các người thu gom tại địa phương, việc duy trì và mở rộng nhóm nông dân là một thách thức quan trọng. Điều này yêu cầu người thu gom phải không ngừng cải thiện các điều kiện hợp tác để đảm bảo nông dân luôn cảm thấy được hỗ trợ và đối xử công bằng. Một trong những cách người thu gom thực hiện điều này là đảm bảo rằng toàn bộ sản phẩm của nông dân trong nhóm đều được thu mua, bất kể tình hình thị trường hoặc chất lượng sản phẩm. Cam kết này giúp nông dân cảm thấy an tâm về đầu ra, đồng thời hạn chế nguy cơ họ phải tìm kiếm các đối tác khác để tiêu thụ sản phẩm.

Ngoài việc đảm bảo đầu ra, người thu gom cũng phải đáp ứng kịp thời các nhu cầu của nông dân khi họ gặp khó khăn, chẳng hạn như hỗ trợ tài chính, cung cấp thiết bị sản xuất, hoặc thu mua sản phẩm trong giai đoạn khó khăn về giá cả hoặc dịch bệnh. Đây là những hành động mang tính chiến lược, vừa giúp củng cố lòng trung thành của nông dân, vừa ngăn chặn nguy cơ họ chuyển sang hợp tác với các người thu gom khác. Tính công bằng trong giao dịch cũng là yếu tố quyết định sự thành công của người thu gom trong việc duy trì số lượng nông dân trong nhóm. Nếu người thu gom không thể duy trì sự công bằng, chẳng hạn như áp dụng giá mua thấp hơn so với các đối thủ cạnh tranh, họ có thể đối mặt với nguy cơ mất đi nguồn cung ổn định. Vì vậy, người thu gom không chỉ tập trung vào lợi ích ngắn hạn mà còn phải đầu tư vào việc xây dựng một mối quan hệ hợp tác lâu dài, dựa trên sự tin tưởng và lợi ích bền vững cho cả hai bên.

Hệ thống vay vốn không lãi suất mà người thu gom cung cấp cho nông dân là một cơ chế tài chính mang tính chiến lược và nhân văn, đóng vai trò quan trọng trong việc duy trì mối quan hệ hợp tác lâu dài. Đây là một dạng hợp đồng phi chính thức, nơi cả hai bên dựa

vào sự tin tưởng và cam kết thay vì các ràng buộc pháp lý. Người thu gom thường cho nông dân vay các khoản tiền nhỏ, từ 130 đến 220 USD, phù hợp với nhu cầu tài chính thực tế của họ. Các khoản vay này giúp nông dân giải quyết kịp thời các khó khăn tài chính trước mùa vụ, chẳng hạn như mua thức ăn chăn nuôi, cải tạo ao hồ, hoặc ứng phó với những sự cố bất ngờ.

Một điểm đáng chú ý là cách hoàn trả linh hoạt của hệ thống này. Thay vì phải hoàn trả bằng tiền mặt, nông dân có thể trả nợ thông qua việc quy đổi sản phẩm sau thu hoạch. Điều này không chỉ giảm áp lực tài chính mà còn giúp họ tập trung tối đa vào sản xuất, thay vì phải lo lắng về việc tìm kiếm nguồn tiền trả nợ. Đồng thời, hình thức này cũng giảm thiểu khả năng mất uy tín trong cộng đồng, bởi nông dân không cần vay vốn từ các tổ chức tín dụng chính thức hoặc các kênh tín dụng không chính thức với lãi suất cao, vốn thường đi kèm với rủi ro về tài sản và danh dự. Về phía người thu gom, việc cung cấp vốn không lãi suất không chỉ là chiến lược giữ chân nông dân mà còn giúp họ đảm bảo nguồn cung ổn định sau thu hoạch. Hệ thống này tạo ra một mối quan hệ hai chiều, trong đó người thu gom vừa đóng vai trò là đối tác kinh tế vừa là người đồng hành, hỗ trợ nông dân vượt qua khó khăn. Mối quan hệ dựa trên sự tin tưởng này không chỉ thúc đẩy sự trung thành từ phía nông dân mà còn giảm thiểu nguy cơ họ chuyển sang hợp tác với các người thu gom khác.

Người thu gom đóng vai trò trung tâm trong việc đảm bảo sự ổn định và hiệu quả của chuỗi cung ứng từ nông dân đến các nhà bán buôn và bán lẻ. Trong bối cảnh nhu cầu thị trường liên tục biến động, họ phải thực hiện nhiệm vụ điều phối để duy trì nguồn cung cả về số lượng lẫn chất lượng. Để làm được điều này, người thu gom không chỉ tập trung vào việc thu mua toàn bộ sản phẩm từ nông dân mà còn phải hỗ trợ họ trong việc quản lý rủi ro, như đối phó với dịch bệnh, thời tiết bất lợi, hoặc sự biến động giá cả. Sự hỗ trợ này bao gồm cả tài chính và tư vấn kỹ thuật, giúp nông dân cải thiện sản xuất và nâng cao chất lượng sản phẩm. Chẳng hạn, khi dịch bệnh xảy ra hoặc khi sản phẩm

gặp vấn đề về chất lượng, người thu gom vẫn cam kết thu mua sản phẩm của nông dân. Điều này không chỉ giảm thiểu tổn thất tài chính cho nông dân mà còn tạo ra sự ổn định trong chuỗi cung ứng, đảm bảo rằng các nhà bán buôn và bán lẻ luôn nhận được nguồn sản phẩm đúng hạn và đáp ứng yêu cầu về chất lượng. Ngoài ra, người thu gom cũng phải cạnh tranh với nhau để đảm bảo đủ lượng sản phẩm cung ứng cho thị trường. Sự cạnh tranh này thúc đẩy họ không ngừng cải thiện dịch vụ, tăng cường hỗ trợ cho nông dân và duy trì sự hợp tác bền vững. Đây là yếu tố quyết định để đảm bảo rằng chuỗi giá trị hoạt động hiệu quả và đáp ứng được yêu cầu ngày càng cao của thị trường tiêu thụ.

*Sự chi phối của người thu gom trong chuỗi giá trị nuôi xen ghép*

Người thu gom đóng vai trò trung tâm và chi phối mạnh mẽ trong chuỗi giá trị NXG tại đầm phá Tam Giang - Cầu Hai. Họ không chỉ là cầu nối giữa nông dân và các đối tác thu mua, mà còn là người điều phối toàn bộ quá trình sản xuất và tiêu thụ sản phẩm. Mỗi người thu gom thường quản lý một nhóm nông dân từ 20 đến 30 hộ, đồng thời thiết lập mối quan hệ với 5 đến 10 đối tác thu mua, tạo ra một mạng lưới liên kết chặt chẽ và khép kín. Mặc dù nông dân và các nhà bán buôn, bán lẻ có thể biết đến nhau, nhưng khả năng giao dịch trực tiếp giữa họ là rất hạn chế, bởi vì người thu gom kiểm soát nguồn cung sản phẩm từ nông dân và tổ chức giao dịch với các đối tác thu mua. Điều này xuất phát từ đặc điểm của mô hình NXG, khi sản lượng thu hoạch của mỗi nông dân rất nhỏ lẻ, trung bình chỉ khoảng 10 kg mỗi lần thu hoạch. Sản lượng này không đủ để các nhà bán buôn hoặc bán lẻ có thể mua trực tiếp từ nông dân, vì vậy họ phải dựa vào người thu gom để đảm bảo số lượng lớn và đồng đều về chất lượng sản phẩm. Mối quan hệ này giúp người thu gom giữ vai trò trung tâm trong chuỗi giá trị, bởi họ đáp ứng yêu cầu về khối lượng sản phẩm và chất lượng cần thiết của các đối tác thu mua, đồng thời tiết kiệm được chi phí vận chuyển, bảo quản và thời gian cho các bên liên quan.

Người thu gom không chỉ chi phối về đầu ra của nông dân mà còn tạo ra sự lệ thuộc tài chính giữa hai bên. Nông dân thường vay vốn không lãi suất từ người thu gom để duy trì hoạt động sản xuất và khoản vay này thường được trả lại bằng sản phẩm sau thu hoạch. Mối quan hệ tài chính này không chỉ gắn kết chặt chẽ nông dân với người thu gom mà còn tạo ra sự phụ thuộc khó có thể tránh khỏi. Nông dân gặp khó khăn trong việc chuyển sang bán sản phẩm cho các đối tác thu mua khác khi họ đã có nghĩa vụ tài chính với người thu gom. Mối quan hệ này còn khiến nông dân khó có thể tìm kiếm những nguồn tiêu thụ khác nếu họ muốn tránh các mâu thuẫn hoặc áp lực từ phía người thu gom. Hơn nữa, người thu gom cũng tạo ra một hệ thống ổn định trong việc cung ứng sản phẩm cho các nhà bán buôn, bán lẻ, nhờ vào sự quản lý nguồn cung từ nhiều nông dân và khả năng đáp ứng các yêu cầu về chất lượng và thời gian giao hàng. Điều này khiến các nhà bán buôn và bán lẻ cũng phải phụ thuộc vào người thu gom để có được nguồn cung ổn định, dù họ có thể mua sản phẩm với giá thấp hơn nếu tiếp cận trực tiếp từ nông dân. Tuy nhiên, các đối tác thu mua này không thể thực hiện giao dịch trực tiếp với nông dân do những hạn chế về số lượng cung ứng và chi phí vận chuyển.

Mối quan hệ chi phối của người thu gom không chỉ tác động đến nông dân mà còn ảnh hưởng đến các đối tác thu mua. Các nhà bán buôn và bán lẻ, mặc dù có thể có mối quan hệ với nông dân, nhưng họ không thể mua trực tiếp sản phẩm từ nông dân do các rào cản về số lượng sản phẩm và các chi phí liên quan. Thay vào đó, họ phải phụ thuộc vào người thu gom để đảm bảo có đủ sản phẩm với chất lượng đồng đều và đáp ứng đúng yêu cầu về thời gian giao hàng. Nếu các đối tác thu mua này vi phạm thỏa thuận hoặc mua sản phẩm từ các nguồn khác, họ sẽ đối mặt với nguy cơ bị người thu gom ngừng cung cấp sản phẩm trong tương lai. Đây là một yếu tố quan trọng giúp người thu gom duy trì quyền kiểm soát mạnh mẽ đối với toàn bộ chuỗi giá trị. Chính sự lệ thuộc này làm giảm tính cạnh tranh trong chuỗi giá trị, khi các đối tác thu mua không thể tự do lựa chọn nguồn cung hoặc

giảm thiểu chi phí thông qua việc giao dịch trực tiếp với nông dân. Điều này cũng hạn chế khả năng phát triển và mở rộng thị trường của nông dân và các đối tác thu mua, bởi vì họ bị ràng buộc trong mối quan hệ với người thu gom.

Sự chi phối mạnh mẽ của người thu gom cũng tạo ra những thách thức trong việc phát triển bền vững của chuỗi giá trị. Mối quan hệ lệ thuộc giữa nông dân và người thu gom, cùng với sự thiếu tự chủ trong việc tiếp cận thị trường, đã tạo ra một hệ thống khép kín, hạn chế khả năng đổi mới và sáng tạo trong việc cải thiện giá trị sản phẩm. Nông dân thiếu động lực để nâng cao chất lượng sản phẩm, bởi vì họ không có quyền quyết định về đầu ra và giá cả sản phẩm của mình. Điều này dẫn đến việc các sản phẩm nông sản NXG khó có thể đạt được giá trị gia tăng cao hơn trong chuỗi giá trị. Hơn nữa, sự chi phối của người thu gom khiến nông dân khó có thể tiếp cận các nguồn tài chính chính thức, các công nghệ mới, hoặc các kênh tiêu thụ tiềm năng, làm hạn chế khả năng mở rộng quy mô sản xuất và nâng cao giá trị sản phẩm.

Để giải quyết những vấn đề này và phát triển chuỗi giá trị NXG một cách bền vững, cần giảm bớt sự lệ thuộc vào người thu gom và tăng cường tính tự chủ cho nông dân. Một trong những giải pháp là tổ chức nông dân thành các hợp tác xã để tăng quy mô sản xuất và giảm thiểu sự phụ thuộc vào người thu gom. Các hợp tác xã có thể giúp nông dân tiếp cận các nguồn tài chính chính thức, mở rộng mối quan hệ với các đối tác thu mua và cải thiện giá trị sản phẩm thông qua các kỹ thuật sản xuất tiên tiến. Hơn nữa, việc phát triển hệ thống logistics hiện đại sẽ giúp nông dân tự mình vận chuyển và tiêu thụ sản phẩm mà không cần phải qua trung gian. Việc tăng cường vai trò của các cơ quan quản lý nhà nước cũng là một yếu tố quan trọng để tạo ra cơ chế giám sát và hỗ trợ phát triển chuỗi giá trị công bằng, giúp nông dân và các đối tác thu mua có thể giao dịch một cách minh bạch và hiệu quả hơn.

Sự chi phối của người thu gom trong chuỗi giá trị NXG tại đầm phá Tam Giang - Cầu Hai đã tạo ra một số thách thức lớn, đặc biệt là trong việc nâng cao giá trị sản phẩm và mở rộng thị trường. Một trong những vấn đề lớn nhất là khả năng tiếp cận của nông dân đối với các kênh tiêu thụ tiềm năng hoặc các thị trường giá trị cao bị hạn chế. Do sự phụ thuộc quá mức vào người thu gom, nông dân không có quyền tự do lựa chọn các kênh bán hàng khác, dù những kênh này có thể mang lại giá trị cao hơn. Nông dân không thể bán trực tiếp cho các nhà bán lẻ hoặc bán buôn vì sự phân phối của người thu gom chi phối hoàn toàn các giao dịch. Điều này làm giảm khả năng tiếp cận các thị trường tiềm năng và gây khó khăn cho nông dân trong việc tìm kiếm các cơ hội có thể nâng cao thu nhập, cải thiện chất lượng sản phẩm và mở rộng quy mô sản xuất. Ngoài ra, việc thiếu cơ hội tiếp cận các thị trường giá trị cao cũng hạn chế khả năng đổi mới trong sản xuất và tiêu thụ. Các kênh tiêu thụ chính mà nông dân sử dụng đều bị chi phối bởi người thu gom và điều này dẫn đến việc sản phẩm không thể được xuất ra thị trường với giá trị gia tăng lớn hơn. Các sản phẩm thủy sản, khi không được bán qua các kênh tiêu thụ hiện đại hoặc không được chế biến và tiêu thụ đúng cách, sẽ không đạt được mức giá trị cao mà chúng có thể có. Trong khi đó, các đối tác thu mua có thể bán các sản phẩm này ra thị trường quốc tế hoặc vào các kênh tiêu thụ cao cấp, nhưng do sự phụ thuộc vào người thu gom, nông dân không có khả năng tự mình tiếp cận những cơ hội này.

Mối quan hệ tài chính và cảm xúc giữa nông dân và người thu gom tạo ra một hệ thống chuỗi giá trị truyền thống mà không có sự đổi mới. Người thu gom không chỉ quản lý việc thu mua sản phẩm mà còn cho nông dân vay vốn không lãi suất, điều này khiến nông dân khó có thể thoát khỏi sự lệ thuộc vào họ. Mối quan hệ này không chỉ ràng buộc về mặt tài chính mà còn mang tính cảm xúc, vì người thu gom và nông dân thường sống trong cùng cộng đồng và có quan hệ thân thiết. Chính những yếu tố này khiến nông dân cảm thấy khó có thể thay đổi

mối quan hệ kinh tế, ngay cả khi có cơ hội tiếp cận với những phương thức kinh doanh mới hoặc các đối tác thu mua có thể mang lại lợi ích cao hơn. Sự phụ thuộc vào người thu gom cũng làm cho nông dân không thể sáng tạo hoặc thử nghiệm các phương thức sản xuất mới. Họ không có đủ động lực để đổi mới phương thức sản xuất hoặc tìm kiếm các kênh tiêu thụ mới, bởi vì họ đã được đảm bảo đầu ra thông qua người thu gom. Điều này dẫn đến việc duy trì một hệ thống sản xuất nông sản thiếu đổi mới, thiếu sự cạnh tranh và sáng tạo. Thay vì phát triển chuỗi giá trị theo hướng bền vững, có giá trị gia tăng cao, hệ thống này vẫn giữ nguyên mô hình truyền thống, nơi mà người thu gom giữ vai trò quan trọng nhưng không thúc đẩy được sự thay đổi.

Sự kiểm soát mạnh mẽ của người thu gom cũng giới hạn cơ hội tham gia của các đối tác thu mua khác, gây ảnh hưởng lớn đến tính cạnh tranh trong chuỗi giá trị. Dù các nhà bán buôn, bán lẻ, hay các công ty chế biến có thể có nhu cầu về sản phẩm thủy sản, nhưng họ không thể tiếp cận trực tiếp với nông dân vì sự chi phối của người thu gom. Điều này làm giảm tính cạnh tranh trong thị trường, bởi vì nông dân chỉ có thể bán sản phẩm cho người thu gom mà không có cơ hội so sánh và chọn lựa các đối tác thu mua có thể mang lại lợi ích cao hơn. Nếu người thu gom không cung cấp giá trị gia tăng cho sản phẩm, hoặc không hỗ trợ đầy đủ về mặt tài chính và kỹ thuật, nông dân sẽ không thể phát triển sản xuất một cách hiệu quả và bền vững. Hơn nữa, sự lệ thuộc vào một vài đối tác thu mua làm giảm động lực cải tiến trong chuỗi giá trị. Các đối tác thu mua khác không thể tham gia vào chuỗi cung ứng do các rào cản do người thu gom thiết lập. Điều này dẫn đến việc các nông dân không có động lực để cải tiến chất lượng sản phẩm hoặc nâng cao năng suất. Sự thiếu cạnh tranh cũng có thể dẫn đến tình trạng giá cả ổn định nhưng không mang lại lợi ích tốt nhất cho các bên tham gia, vì người thu gom có thể duy trì mức giá thấp mà không gặp phải sự phản kháng từ phía các đối tác thu mua khác.

### *4.3.2. Vai trò của tác nhân trung gian và sự chi phối chuỗi giá trị nuôi tôm thẻ chân trắng*

*Vai trò của tác nhân trung gian*

Tác nhân trung gian trong hệ thống sản xuất và tiêu thụ tôm tại thành phố Huế đóng vai trò quan trọng trong việc kết nối giữa người nuôi tôm và các nhà bán buôn ở các tỉnh miền Bắc, đặc biệt là Hà Nội, đồng thời gián tiếp phục vụ thị trường xuất khẩu lớn như Trung Quốc. Với tư cách là những đại lý tự do, thường tổ chức dưới dạng hộ gia đình không chính thức, họ thực hiện nhiệm vụ thay mặt các nhà bán buôn thu mua tôm từ người nông dân. Vai trò này không chỉ đơn thuần là khâu trung gian trong chuỗi cung ứng mà còn mang tính chiến lược khi giúp điều tiết sản lượng và đáp ứng nhu cầu thị trường với đặc điểm linh hoạt cao.

Một điểm đặc biệt của các tác nhân trung gian này là khả năng tiếp cận thị trường rộng lớn, bao gồm cả thị trường nội địa và xuất khẩu. Thị trường Trung Quốc, vốn tiêu thụ lượng lớn tôm với đa dạng yêu cầu về loại và chất lượng, tạo ra một sân chơi lớn cho các trung gian. Khác với các nhà chế biến và nhà bán buôn có xu hướng chọn lọc kỹ lưỡng về loại, kích thước và chất lượng tôm, các trung gian thường chấp nhận mua tôm trong mọi điều kiện, từ tôm sống, tươi đến đông lạnh. Điều này không chỉ giúp họ cạnh tranh mạnh mẽ hơn trên thị trường mà còn mang lại lợi ích lớn cho người nuôi tôm, đặc biệt là những nông dân nhỏ lẻ, khi họ có thể dễ dàng bán sản phẩm mà không phải lo ngại về các tiêu chuẩn khắt khe.

Khả năng mua tôm quanh năm của các trung gian là một ưu điểm lớn khác, giúp người nuôi có thể bán sản phẩm của mình vào bất kỳ thời điểm nào. Điều này không chỉ mang lại sự linh hoạt cho nông dân mà còn giảm áp lực về mùa vụ, đặc biệt trong các giai đoạn thu hoạch cao điểm hoặc khi gặp khó khăn về đầu ra do biến động thị trường. Vai trò này của các trung gian thực chất là một hình thức "bảo

hiểm" không chính thức cho người nuôi tôm, giúp họ yên tâm sản xuất mà không phải lo ngại về việc tiêu thụ sản phẩm.

Tác nhân trung gian trong chuỗi giá trị tôm không chỉ đơn thuần là người mua bán mà còn đóng vai trò quản lý và điều phối toàn bộ hoạt động giao dịch giữa người nuôi tôm và các nhà bán buôn. Họ vận hành thông qua một mạng lưới rộng lớn, trong đó các nhà bán buôn giữ vai trò là nguồn cung cấp thông tin về nhu cầu thị trường, giá cả, cũng như các yêu cầu cụ thể về loại và chất lượng sản phẩm. Thông tin này được trung gian chuyển tiếp đến người nuôi tôm, giúp họ nắm bắt được các yêu cầu của thị trường để điều chỉnh phương thức sản xuất. Ngược lại, trung gian cũng báo cáo lại cho nhà bán buôn về tình hình sản lượng tôm tại địa phương, đảm bảo sự minh bạch và kịp thời trong việc đáp ứng nhu cầu.

Một điểm đáng chú ý là giá cả mà trung gian đưa ra cho nông dân thường dựa trên giá bán buôn đã được xác định từ trước và thường không có khả năng thương lượng. Điều này cho thấy, các trung gian không chỉ là cầu nối mà còn đóng vai trò "người quyết định" trong việc định giá sản phẩm ở cấp độ nông hộ. Sau khi đạt thỏa thuận về giá, họ tiếp tục thỏa thuận với nông dân về số lượng và thời gian giao hàng, đảm bảo sự phù hợp với lịch trình của nhà bán buôn và các yêu cầu thị trường khác. Đây là một quy trình khép kín và hiệu quả, nhưng cũng đặt người nuôi vào thế bị động, phụ thuộc nhiều vào các trung gian.

Nguồn thu chính của các trung gian là từ hoa hồng, thường dao động từ 5% đến 8% giá trị giao dịch. Mức hoa hồng này phản ánh vai trò và trách nhiệm mà họ đảm nhận, bao gồm việc tổ chức thu mua, đàm phán, kiểm soát chất lượng sản phẩm và đôi khi cả việc vận chuyển. Để đáp ứng yêu cầu của các nhà bán buôn, trung gian phải đảm bảo sản phẩm đạt chất lượng tối thiểu theo quy định, bất kể sản phẩm đó là tôm sống, tươi, hay đông lạnh. Điều này đòi hỏi họ phải có

kiến thức chuyên môn cơ bản về chất lượng sản phẩm, cũng như khả năng điều phối tốt trong quá trình thu gom.

Từ góc độ của các nhà bán buôn, trung gian là đối tác đáng tin cậy, giúp họ tiết kiệm thời gian và công sức trong việc tiếp cận nguồn hàng. Thay vì tự mình khảo sát hoặc đàm phán với từng hộ nuôi tôm, nhà bán buôn chỉ cần làm việc trực tiếp với trung gian, những người đảm nhiệm toàn bộ công việc phối hợp liên quan đến mua hàng. Trung gian không chỉ cung cấp các sản phẩm theo đúng số lượng và chất lượng yêu cầu mà còn chịu trách nhiệm giải quyết các vấn đề phát sinh trong quá trình thu mua, từ việc chậm trễ giao hàng đến sản phẩm không đạt yêu cầu.

Trong chuỗi cung ứng tôm tại thành phố Huế, cả nông dân và các trung gian đều tìm cách tối ưu hóa lợi ích kinh tế thông qua việc cải thiện vị thế cạnh tranh của mình, đặc biệt là trong việc tác động đến giá cả sản phẩm. Tuy nhiên, mối quan hệ giữa hai nhóm này không hoàn toàn mang tính hợp tác mà đôi khi chứa đựng sự mâu thuẫn về lợi ích. Nông dân, với mục tiêu nhận được giá cao nhất cho sản phẩm của mình, thường tìm cách vượt qua các trung gian để giao dịch trực tiếp với nhà bán buôn. Họ kỳ vọng rằng, bằng cách loại bỏ vai trò của trung gian, họ có thể giảm bớt chi phí hoa hồng và nhận được giá bán có lợi hơn.

Tuy nhiên, nỗ lực này của nông dân thường không đạt được kết quả như mong đợi. Các nhà bán buôn, dù có quyền lực lớn trong chuỗi cung ứng, thường từ chối giao dịch trực tiếp với nông dân. Điều này chủ yếu xuất phát từ những hạn chế về khả năng quản lý số lượng lớn nông dân ở cấp độ cá nhân, đặc biệt khi các hộ nuôi tôm có quy mô nhỏ lẻ và phân tán. Việc mua trực tiếp từ nông dân không chỉ làm tăng chi phí quản lý mà còn tiềm ẩn rủi ro không đảm bảo được nguồn cung ổn định và đồng nhất về chất lượng. Hơn nữa, các nhà bán buôn cũng muốn duy trì mối quan hệ lâu dài và ổn định với các trung gian, những người đóng vai trò quan trọng trong việc điều phối sản lượng

và kiểm soát chất lượng sản phẩm. Do đó, từ góc độ của các nhà bán buôn, trung gian là một "bộ lọc" cần thiết để đảm bảo sự hiệu quả và ổn định của chuỗi cung ứng.

Trong khi đó, các trung gian tại thành phố Huế đã phát triển một chiến lược tinh vi để củng cố quyền lực của mình và loại bỏ sự cạnh tranh nội bộ. Thông qua việc ngầm chia sẻ lãnh thổ hoạt động trong tỉnh, mỗi trung gian sở hữu một khu vực riêng, nơi họ độc quyền thu mua sản lượng tôm từ nông dân. Điều này tạo ra một thế độc quyền de facto, cho phép các trung gian kiểm soát hoàn toàn giá cả và điều kiện giao dịch trong khu vực của mình. Với việc loại bỏ cạnh tranh giữa các trung gian, họ không chỉ bảo vệ được lợi nhuận mà còn củng cố vị thế của mình trong mắt nhà bán buôn, nhờ vào khả năng cung cấp sản phẩm ổn định và nhất quán.

Tình trạng độc quyền này mang lại lợi thế lớn cho các trung gian, nhưng lại đặt nông dân vào tình thế bất lợi. Khi chỉ có một trung gian hoạt động trong khu vực, nông dân không còn lựa chọn nào khác ngoài việc chấp nhận mức giá và các điều kiện giao dịch mà trung gian đưa ra. Điều này làm giảm khả năng đàm phán của nông dân, khiến họ dễ rơi vào tình trạng phụ thuộc. Đồng thời, sự thiếu cạnh tranh giữa các trung gian cũng làm giảm động lực cải thiện dịch vụ hoặc giá cả có lợi cho nông dân.

Trong hệ thống sản xuất tôm tại thành phố Huế, các trung gian không chỉ đóng vai trò kết nối cung cầu mà còn đảm nhận một vai trò quan trọng khác là cung cấp vốn sản xuất cho nông dân. Những khoản vay này, thường không lãi suất, được trung gian cung cấp để hỗ trợ người nuôi tôm mua giống, thức ăn hoặc thuốc cần thiết cho hoạt động nuôi trồng. Điều này giúp nông dân vượt qua những khó khăn tài chính ngắn hạn, đặc biệt là trong giai đoạn đầu của vụ nuôi, khi chi phí ban đầu thường cao và nông dân chưa có nguồn thu nhập từ sản phẩm. Ngoài các trung gian, các nhà cung cấp đầu vào như nhà sản xuất thức ăn công nghiệp cũng tham gia vào việc cung cấp vốn cho

nông dân. Thông thường, những khoản vay này không yêu cầu hoàn trả ngay lập tức mà có thể được thanh toán một cách linh hoạt, thường sau khi vụ nuôi kết thúc và sản phẩm đã được bán. Cách tiếp cận này tạo điều kiện cho nông dân tập trung vào sản xuất mà không phải chịu áp lực tài chính ngay từ đầu, đồng thời giảm thiểu rủi ro gián đoạn trong chuỗi cung ứng.

Điều đáng chú ý là trong bối cảnh cung cấp vốn này, các trung gian và nhà cung cấp đầu vào không hoạt động độc lập mà có sự phối hợp chặt chẽ với nhau. Họ thường xuyên trao đổi thông tin về nông dân, bao gồm tình hình sản xuất, độ tin cậy và số lượng khoản vay chưa trả. Những thông tin này giúp các bên đánh giá khả năng tín dụng của từng nông dân, từ đó đưa ra quyết định cấp vốn hoặc hỗ trợ tài chính phù hợp. Hệ thống trao đổi thông tin này không chỉ giúp đảm bảo tính minh bạch mà còn tăng cường sự tin cậy giữa các bên trong chuỗi cung ứng. Một đặc điểm nổi bật của mối quan hệ giữa các trung gian, nhà cung cấp đầu vào và nông dân là tính phi chính thức. Thay vì dựa vào các hợp đồng pháp lý, các bên thường xây dựng mối quan hệ dựa trên niềm tin cá nhân. Niềm tin này được củng cố qua thời gian thông qua các giao dịch thành công, sự hỗ trợ lẫn nhau và cam kết dài hạn. Trong hệ thống này, các trung gian và nhà cung cấp đầu vào không chỉ xem nông dân là đối tác mà còn là một phần của mạng lưới kinh tế dựa trên sự tương tác và hỗ trợ lẫn nhau.

Bên cạnh việc cung cấp vốn, sự phối hợp giữa trung gian và nhà cung cấp đầu vào còn nhằm đảm bảo sự ổn định trong chuỗi cung ứng. Với vai trò là cầu nối giữa nông dân và nhà bán buôn, các trung gian không chỉ chịu trách nhiệm về số lượng và chất lượng sản phẩm mà còn phải đảm bảo rằng nông dân có đủ nguồn lực để sản xuất đáp ứng các yêu cầu của thị trường. Việc cung cấp vốn và hỗ trợ tài chính trở thành một phần không thể thiếu trong chiến lược của trung gian để duy trì sự ổn định này.

Hệ thống sản xuất và tiêu thụ tôm tại thành phố Huế được đặc trưng bởi sự phụ thuộc cao của nông dân vào các trung gian và nhà cung cấp đầu vào, đồng thời bị chi phối bởi vị trí gần như độc quyền

của các trung gian ở cấp địa phương. Trong bối cảnh này, nông dân rơi vào một vị trí bất lợi rõ rệt do họ không có nhiều lựa chọn thay thế trong việc bán sản phẩm và tiếp cận vốn. Vị trí độc quyền của các trung gian là kết quả của nhiều yếu tố. Trước hết, các trung gian trong khu vực đã ngầm thỏa thuận phân chia lãnh thổ, loại bỏ sự cạnh tranh trực tiếp giữa họ. Điều này giúp họ kiểm soát thị trường mua sản phẩm từ nông dân trong phạm vi khu vực của mình. Thứ hai, các trung gian thường đưa ra giá mua cao hơn so với các nhà bán buôn khu vực hoặc các người mua khác, tạo động lực kinh tế để nông dân hợp tác với họ, bất chấp những bất lợi tiềm ẩn. Kết quả là, các trung gian không chỉ kiểm soát việc mua sản phẩm mà còn ảnh hưởng đến toàn bộ chuỗi giá trị ở cấp địa phương.

Mối quan hệ phụ thuộc giữa nông dân và các trung gian không chỉ dừng lại ở khía cạnh bán sản phẩm mà còn mở rộng sang lĩnh vực tài chính. Nông dân, với nguồn vốn hạn chế, thường dựa vào trung gian hoặc nhà cung cấp đầu vào để vay vốn không lãi suất hoặc lãi suất thấp nhằm mua giống, thức ăn hoặc thuốc cho sản xuất. Tuy nhiên, khả năng tín dụng của nông dân thường được đánh giá dựa trên mức độ tin cậy của họ về sản lượng và lịch sử trả nợ. Điều này tạo áp lực buộc nông dân phải tối đa hóa sản lượng để đảm bảo khả năng thanh toán, ngay cả khi điều này dẫn đến việc cắt giảm chi phí sản xuất hoặc bỏ qua các quy định quan trọng. Ví dụ, việc sử dụng kháng sinh cấm hoặc không tuân thủ các quy định xử lý nước thải trở thành những vấn đề phổ biến, khi nông dân tìm cách giảm chi phí và tăng hiệu quả ngắn hạn trong bối cảnh cạnh tranh khắc nghiệt và áp lực tài chính.

Mặc dù vậy, vai trò của các trung gian cũng mang lại một số lợi ích nhất định cho nông dân. Trung gian thường đảm bảo thu mua toàn bộ sản lượng tôm trắng của nông dân, bất kể chất lượng hoặc quy mô. Điều này mang lại sự an tâm cho nông dân khi họ không phải lo lắng về việc tìm kiếm thị trường tiêu thụ hoặc đối mặt với nguy cơ không bán được sản phẩm. Đồng thời, việc tiếp cận vốn với lãi suất thấp hoặc không lãi suất thông qua các trung gian cũng giúp giảm bớt áp

lực tài chính trong ngắn hạn, tạo điều kiện để họ duy trì hoạt động sản xuất. Tuy nhiên, hệ thống này tiềm ẩn nhiều thách thức đối với sự phát triển bền vững. Sự phụ thuộc cao vào trung gian làm giảm quyền tự chủ của nông dân, khiến họ khó có thể thương lượng giá cả hoặc cải thiện vị thế trong chuỗi giá trị. Mặt khác, việc ưu tiên tối đa hóa sản lượng với chi phí thấp có thể dẫn đến những hệ lụy môi trường và xã hội nghiêm trọng, như suy giảm chất lượng nước, ô nhiễm môi trường và ảnh hưởng tiêu cực đến uy tín của ngành tôm Việt Nam trên thị trường quốc tế.

*Sự chi phối của tác nhân trung gian trong chuỗi giá trị tôm thẻ chân trắng*

Mối quan hệ trong chuỗi giá trị nuôi TTCT giữa tác nhân trung gian và người nuôi tôm thể hiện rõ nét một dạng quan hệ "bị chi phối bởi sức mạnh/quyền lực". Trong mô hình này, người nuôi tôm thường không có quyền lựa chọn hoặc khả năng thương lượng, dẫn đến sự phụ thuộc nghiêm trọng vào một hoặc một vài người mua chính, thường là các tác nhân trung gian tại địa phương. Mối quan hệ này tạo nên sự mất cân bằng quyền lực lớn, khi các tác nhân trung gian thường kiểm soát toàn bộ quá trình, từ việc định giá, lịch trình thu mua cho đến điều kiện thanh toán. Điều này hạn chế đáng kể cơ hội của nông dân trong việc cải thiện giá trị sản phẩm, đồng thời đặt họ vào tình thế dễ bị tổn thương trước các biến động thị trường. Dù mối quan hệ này có vẻ mang lại sự ổn định ở mức độ nhất định, nhưng sự phụ thuộc một chiều khiến nông dân khó xây dựng được sự tự chủ và phát triển bền vững (Van Nguyen và cs, 2021).

Một đặc điểm nổi bật trong các mối quan hệ này là sự phi chính thức và phụ thuộc mạnh mẽ vào lòng tin cá nhân thay vì các cơ chế hợp đồng chính thức. Do thiếu sự phối hợp giữa các bên liên quan và lòng tin vào các thể chế chính thức, các mối quan hệ giữa nông dân, người trung gian và nhà bán buôn tại Việt Nam chủ yếu dựa vào tương tác trực tiếp, tin tưởng cá nhân và trao đổi thông tin ngầm. Lòng tin cá

nhân là yếu tố cốt lõi giúp giảm thiểu sự không chắc chắn trong giao dịch, đặc biệt trong bối cảnh thiếu vắng các quy định và khung pháp lý rõ ràng. Điều này tạo nên một cơ chế vận hành hiệu quả trong ngắn hạn nhưng lại tiềm ẩn những rủi ro về lâu dài, chẳng hạn như khả năng bị thao túng hoặc thiếu minh bạch trong giao dịch. Việc duy trì mối quan hệ cá nhân này đòi hỏi nông dân phải chấp nhận sự phụ thuộc vào các đầu mối, những người không chỉ đóng vai trò là người thu mua mà còn là người cung cấp tín dụng không chính thức.

Chính vì vậy, trong hoạt động mua bán TTCT tại thành phố Huế, tác nhân trung gian giữ vai trò trung tâm trong việc phân phối sản phẩm từ nông dân tới thị trường. Họ là những tác nhân linh hoạt và không bị ràng buộc với các cơ sở vật chất cố định như nhà máy chế biến hay kho lưu trữ. Thay vào đó, họ tận dụng khả năng di động để kiểm tra chất lượng và số lượng sản phẩm tại chỗ, đồng thời đánh giá tín dụng của từng nông dân dựa trên các tương tác trước đó. Sự linh hoạt này giúp tác nhân trung gian đáp ứng nhanh với nhu cầu thị trường và đảm bảo dòng chảy sản phẩm. Tuy nhiên, chính sự không chính thức trong vai trò của họ cũng có thể dẫn đến tình trạng thiếu minh bạch, chẳng hạn như ép giá hoặc gian lận trọng lượng sản phẩm. Điều này nhấn mạnh tầm quan trọng của việc thúc đẩy các cơ chế chính thức, chẳng hạn như hợp tác xã hoặc hợp đồng pháp lý, để giảm thiểu sự bất cân xứng quyền lực và tăng cường sự công bằng trong chuỗi giá trị TTCT.

Trong chuỗi giá trị sản xuất và phân phối TTCT tại thành phố Huế, tác nhân trung gian không chỉ đóng vai trò trung gian giữa người nuôi tôm và các nhà bán buôn mà còn vận hành như một hệ thống phức tạp dựa trên lòng tin và thông tin. Các nguồn lực kinh tế chính của họ không phải là vốn vật chất hay công nghệ tiên tiến, mà là khả năng tạo dựng và duy trì mối quan hệ cá nhân cùng mạng lưới thông tin không chính thức. Những nguồn lực này cho phép tác nhân trun gian không chỉ kết nối người mua và người bán mà còn tác động trực

tiếp đến hoạt động sản xuất của người nuôi tôm, thông qua việc định hướng các quyết định sản xuất, sử dụng đầu vào và thậm chí lịch trình thu hoạch. Họ thường hợp tác với các nhà cung cấp đầu vào như thức ăn, giống, hoặc thuốc thủy sản để thiết lập một hệ thống "ngân hàng ngầm" cung cấp tín dụng trực tiếp cho người nuôi tôm. Điều này cho phép quá trình sản xuất diễn ra một cách linh hoạt, nhưng cũng làm gia tăng mức độ phụ thuộc của người nuôi tôm vào tác nhân trung gian.

Dù có những nỗ lực nhằm né tránh các tác nhân trung gian để bán trực tiếp cho các nhà bán buôn, các nỗ lực này hầu hết đều không thành công tại thành phố Huế. Hệ thống hiện tại, mặc dù không mang lại lợi ích tối ưu cho người nuôi tôm, vẫn duy trì được sự ổn định và ít bị phản đối mạnh mẽ. Tuy nhiên, hệ thống này đang đối mặt với nhiều yếu tố tác động từ bên ngoài, bao gồm sự suy giảm nhu cầu TTCT trên thị trường quốc tế, sự chính thức hóa sản xuất thông qua các quy định nghiêm ngặt hơn và các rủi ro liên quan đến biến đổi khí hậu. Những yếu tố này có khả năng gây gián đoạn và làm thay đổi sâu sắc các mô hình sản xuất hiện tại. Để ứng phó với những thách thức này, cần có các chiến lược lâu dài, chẳng hạn như thúc đẩy tổ chức người nuôi tôm, cải thiện cơ sở hạ tầng để giảm sự phân tán địa lý và xây dựng các cơ chế quản lý rủi ro hiệu quả nhằm bảo vệ lợi ích của cả người nuôi tôm và chuỗi giá trị tôm tại khu vực.

## TÀI LIỆU THAM KHẢO


1. Biglaiser, G. (1993). Middlemen as experts. The RAND journal of Economics, 212 - 223.

2. Calatayud, A., & Ketterer, J. A. (2016). Integrated Value Chain Risk Management. *InterAmerican Development Bank Technical Note*, 1 - 49.

3. Chyi Lee, C., & Yang, J. (2000). Knowledge value chain. *Journal of management development, 19*(9), 783 - 794.

4. Cuyvers, L., & Van Binh, T. (2008). Aquaculture export development in Vietnam and the changing environment: the case of Pangasius in the Mekong Delta. In *CAS discussion paper/RUCA. Centre for ASEAN Studies; Centre for International Management and Development [Antwerp]-Antwerp*.

5. DoF (Directorate of fisheries). 2019. Directorate of fisheries, Ministry of Agriculture and Rural Development of Vietnam. https://tongcucthuysan.gov.vn/vi-vn/Gi%E1%BB%9Bi-thi%E1%BB%87u/-Qu%C3%A1-tr%C3%ACnh-ph%C3%A1t-tri%E1%BB%83n#ve_nuoi_trong_thuy_san (accessed by 29/07/2019)

6. Duc, N. M. (2009). Economic contribution of fish culture to farm income in Southeast Vietnam. *Aquaculture international, 17*(1), 15 - 29.

7. FAO. (2019). *FAO yearbook. Fishery and Aquaculture Statistics 2017/FAO annuaire.* www.fao.org/fishery/static/Yearbook/YB2017_USBcard/index.htm.

8. Gereffi, G., & Fernandez-Stark, K. (2016). Global value chain analysis: a primer (second edition). *Center on Globalization, Governance & Competitiveness (CGGC), Duke University, North Carolina, USA.*

9. Gereffi, G., & Korzeniewicz, M. (Eds.). (1994). *Commodity chains and global capitalism* (No. 149). ABC-CLIO.

10. Gereffi, G., & Memedovic, O. (2003). *The global apparel value chain: What prospects for upgrading by developing countries* (pp. 1 - 40). Vienna: United Nations Industrial Development Organization.

11. Gereffi, G., Humphrey, J., & Sturgeon, T. (2005). The governance of global value chains. *Review of international political economy*, *12*(1), 78 - 104.

12. Graef, F., Sieber, S., Mutabazi, K., Asch, F., Biesalski, H. K., Bitegeko, J., ... & Fasse, A. (2014). Framework for participatory food security research in rural food value chains. *Global Food Security*, *3*(1), 8 - 15.

13. GSO (General Statistic Office). (2019). Tổng cục Thống kê Việt Nam. https://www.gso.gov.vn/Default.aspx?tabid=217

14. Ho, T. M. H., & Burny, P. (2016). Impact of value chain governance on the development of small scale shrimp farmers in Vietnam. *International Journal of Business and Economic Sciences Applied Research*, *9*(2).

15. Humphrey, J., & Schmitz, H. (2001). Governance in global value chains. *IDS bulletin*, *32*(3), 19 - 29.

16. Huy, H. T. (2019). Cách tiếp cận chuỗi giá trị để phát triển ngành hàng nông sản-một số vấn đề thực tiễn tại Đồng bằng sông Cửu Long. *Journal of ethnic minorities research,* 8(2). (Vietnamese).

17. Kaplinsky, R., & Morris, M. (2001). A Handbook for Value Chain Research, prepared for the IDRC. *Institute of Development Studies: Sussex*.

18. Khai, T. T. (2011). Phân tích chuỗi giá trị và ngành hàng nông nghiệp. Tài liệu chương trình Giảng dạy Kinh tế Fulbright, 2013.

19. Khiem, N. T., Bush, S. R., Chau, N. M., & Loc, V. T. T. (2010). Upgrading small-holders in the Vietnamese Pangasius value chain. *Final Report, ODI grant number RO334. An Giang University, Wageningen University and Can Tho University*.

20. Kobayashi, M., Msangi, S., Batka, M., Vannuccini, S., Dey, M. M., & Anderson, J. L. (2015). Fish to 2030: the role and opportunity for aquaculture. *Aquaculture economics & management*, *19*(3), 282 - 300.

21. Linkov, I., Carluccio, S., Pritchard, O., Bhreasail, Á. N., Galaitsi, S., Sarkis, J., & Keisler, J. M. (2020). The case for value chain resilience. *Management Research Review*.

22. Loc, V. T. T., Bush, S. R., & Khiem, N. T. (2010). High and low value fish chains in the Mekong Delta: challenges for livelihoods and governance. *Environment, development and sustainability*, *12*(6), 889 - 908.

23. Macfadyen, G., Nasr-Alla, A. M., Al-Kenawy, D., Fathi, M., Hebicha, H., Diab, A. M., ... & El-Naggar, G. (2012). Value-chain analysis—An assessment methodology to estimate Egyptian aquaculture sector performance. *Aquaculture*, *362*, 18 - 27.

24. Marschke, M., & Betcherman, G. (2016). Vietnam's seafood boom: Economic growth with impoverishment?. *Environment, development and sustainability*, *18*(4), 1129 - 1150.

25. McCoy, S., Thurlow, J., Ridler, N., McKay, A., Hai, N. M., Hieu, T. T.,& Hong, V. N. X. (2010). The fisheries sector in Vietnam: a strategic economic analysis. Hanoi. *Fisheries Sector Programme Support (FSPS) II*, *138*.

26. Nguyen, D. T. P. (2010). Current fisheries and aquaculture policies relevant to RFLP in Viet Nam. Regional Fisheries Livelihoods Programme for South and Southeast Asia (GCP/RAS/237/SPA) Field Project Document 2010/VIE/1

27. Pomeroy, R., Navy, H., Ferrer, A. J., & Purnomo, A. H. (2017). Linkages and Trust in the Value Chain for Small-scale Aquaculture in Asia. *Journal of the World Aquaculture Society*, *48*(4), 542 - 554.

28. Ponte, S., & Sturgeon, T. (2014). Explaining governance in global value chains: A modular theory-building effort. *Review of International Political Economy*, *21*(1), 195 - 223.

29. Porter, M. E., & Advantage, C. (1985). Creating and sustaining superior performance. *Competitive advantage*, *167*.

30. Riisgaard, L., Bolwig, S., Ponte, S., Du Toit, A., Halberg, N., & Matose, F. (2010). Integrating poverty and environmental concerns into value-chain analysis: a strategic framework and practical guide. *Development policy review*, *28*(2), 195 - 216.

31. Rosales, R. M., Pomeroy, R., Calabio, I. J., Batong, M., Cedo, K., Escara, N., ... & Sobrevega, M. A. (2017). Value chain analysis and small-scale fisheries management. *Marine Policy*, *83*, 11-21.

32. Russell, D & Hanoomanjee, S. (2012). Manual on value chain analysis and promotion, regional training on value chain analysis, project ref. N° SA-4.1-B20

33. Sundaram, J. K. (2012). *The State of Food Insecurity in the World: Economic Growth is Necessary But Not Sufficient to Accelerate Reduction of Hunger and Malnutrition*. Food and agriculture organization of the United nations (FAO).

34. Thi Thanh Vinh, D. (2006). Aquaculture in Vietnam: development perspectives. *Development in Practice*, *16*(5), 498-503.

35. Tran, N., Bailey, C., Wilson, N., & Phillips, M. (2013). Governance of global value chains in response to food safety and certification standards: the case of shrimp from Vietnam. *World development*, *45*, 325 - 336.

36. Tri, N. N., Tu, N. P. C., & Van Tu, N. (2021). An overview of aquaculture development in Viet Nam. In Proceedings International Conference on Fisheries and Aquaculture (Vol. 7, No. 1, pp. 53 - 73).

37. UNIDO, U. O. (2009). Agro-value chain analysis and development: The UNIDO approach. *Recuperado de https://www. unido. org*.

38. Van Chung, N., Abwao, M., Ha, H. D., Uy, T. C., & Dung, N. T. (2021). Linking smallholder fish farmers to output markets: the dominance of collectors in aquaculture of Tam Giang lagoon, Central Vietnam. In Forum Geografic.

39. Van Duijn, A. P., Beukers, R., & van der Pijl, W. (2012). *The Vietnamese seafood sector: a value chain analysis*. CBI/LEI, part of Wageningen UR.

40. Van Nguyen, C., & Abwao, M. (2023). The relationship between intermediary actors in the aquaculture supply chain at Tam Giang Lagoon, Central Vietnam. *Human Geographies*, 17(1), 31 - 46.

41. Van Nguyen, C., Schwabe, J., & Hassler, M. (2021). Value chains and the role of middlemen in white shrimp farming in Central Vietnam. Asian Geographer, 1 - 10.

42. VASEP (2018). Vietnam association of seafood exporters and producers. Overview of Vietnam fishery industry. http://vasep.com.vn/1192/OneContent/tong-quan-nganh.htm (13/08/2018).

43. Vik, J., & Kvam, G. T. (2018). Global Value Chains and Middlemen. A Comparative Case-Study of Norwegian Agricultural Export. *Proceedings in Food System Dynamics*, 216 - 230.

44. World Bank. (2020). *World Development Report 2020: Trading for Development in the Age of Global Value Chains.* Washington, DC: World Bank. doi:10.1596/978-1-4648-1457-0. License: Creative Commons Attribution CC BY 3.0 IGO.

ĐẠI HỌC HUẾ
TRƯỜNG ĐẠI HỌC NÔNG LÂM

TS. NGUYỄN VĂN CHUNG, TS. HOÀNG DŨNG HÀ
(Đồng chủ biên)

# QUẢN TRỊ CHUỖI GIÁ TRỊ NUÔI TRỒNG THỦY SẢN VIỆT NAM

(Sách tham khảo)

NHÀ XUẤT BẢN ĐẠI HỌC HUẾ
Địa chỉ: 07 Hà Nội, P. Vĩnh Ninh, TP. Huế

ISBN: 978-604-489-720-1

Sách không bán